

Università degli Studi di Perugia
Dipartimento di Scienze politiche

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
COMUNICAZIONE PUBBLICA DIGITALE E D'IMPRESA

(Classe LM-59)

Anno Accademico 2018/2019

TITOLO I

- Articolo 1 - Dati generali
- Articolo 2 - Titolo rilasciato
- Articolo 3 - Obiettivi formativi, risultati di apprendimento attesi e sbocchi occupazionali e professionali
- Articolo 4 - Requisiti di ammissione e modalità di verifica

TITOLO II

Organizzazione della didattica

- Articolo 5 - Percorso formativo
- Articolo 6 - Prova finale
- Articolo 7 - Tirocinio
- Articolo 8 - Altre attività formative che consentono l'acquisizione di crediti
- Articolo 9 - Esami presso altre università
- Articolo 10 - Piani di studio
- Articolo 11 - Calendario delle lezioni, delle prove di esame e delle sessioni di laurea

TITOLO III

Docenti e tutorato

- Articolo 12 - Docenti e Tutorato

TITOLO IV

Norme di funzionamento

- Articolo 13 - Propedeuticità e obblighi di frequenza
- Articolo 14 - Iscrizione ad anni successivi al primo, passaggi, trasferimenti e riconoscimento dei crediti formativi acquisiti
- Articolo 15 - Studenti iscritti part-time

TITOLO V

Norme finali e transitorie

- Articolo 16 - Norme per i cambi di regolamento degli studenti
 - Articolo 17 - Approvazione e modifiche al Regolamento
 - Articolo 18 - Norme finali e transitorie
-

TITOLO I
Articolo 1
Dati generali

In conformità alla normativa vigente e all'ordinamento didattico, il presente regolamento disciplina l'organizzazione didattica del corso di Laurea magistrale in Comunicazione pubblica digitale e d'impresa (Public, digital and business communication) (Classe LM-59 "classe LAUREE MAGISTRALI IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA") istituito ai sensi del D.M. 270/2004.

Il corso è attivato presso il DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE dell'Università degli Studi di Perugia ed ha sede didattica in Perugia.

Il Corso di laurea ha la sede amministrativa e didattica nel Dipartimento di Scienze Politiche.

Il Coordinatore del Corso di laurea è Prof. SORRENTINO Vincenzo.

La commissione paritetica è composta da:

Prof. Giovanni Belardelli (Presidente)

Prof. Enrico Carloni

Dott. Francesco Randazzo

E tre studenti

Il corso è tenuto in Italiano e si svolge in modalità convenzionale

L'indirizzo internet del corso è www.scicom.unipg.it;

Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina www.unipg.it/didattica.

Articolo 2
Titolo rilasciato

Dottore magistrale in comunicazione pubblica, digitale e d'impresa

Articolo 3

Obiettivi formativi, risultati di apprendimento attesi e sbocchi occupazionali e professionali

Il corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica, digitale e d'impresa si articola in due curricula. **Il curriculum in Media Digitali** intende formare professionisti versati nella conoscenza delle dinamiche proprie della produzione, circolazione e fruizione dei contenuti nell'ambiente dei media digitali. Gli obiettivi formativi specifici, di carattere multidisciplinare, mirano a fornire gli strumenti indispensabili per elaborare ed attuare analisi di contesto, e formulare strategie e soluzioni coerenti con il contesto della comunicazione in ambiente digitale. Lo studente sarà capace di testare le abilità comunicative apprese attraverso percorsi di stage e laboratori espressamente ideati e finalizzati alla sua formazione. Lo studente potrà inoltre disporre, in esito al percorso formativo, di solide conoscenze in merito alle caratteristiche e alle tecniche di comunicazione in rete, ad istituti,

limiti e responsabilità proprie dei diversi soggetti che operano nel contesto delle comunicazioni digitali, agli strumenti di analisi dei linguaggi, delle dinamiche e dei processi comunicativi web enabled; e avrà appreso la capacità di base per veicolare i contenuti in ambiente digitale.

Il curriculum in **Comunicazione d'impresa** intende preparare professionisti capaci di utilizzare la gamma diversificata ed integrata degli strumenti della comunicazione. Dagli strumenti pubblicitari, su cui si basa tradizionalmente la promozione di beni e servizi, ai media in ambiente digitale, con le sue dinamiche di inbound marketing, marketing virale, ecc. La studente sarà in grado di comprendere il mercato della comunicazione e delle relazioni pubbliche, e le relative le dinamiche. Sarà capace di testare le abilità comunicative apprese attraverso percorsi di stage e laboratori espressamente ideati e finalizzati alla sua formazione. L'obiettivo è di formare un professionista in grado di applicare principi, metodologie e tecniche per gestire il marketing e la comunicazione di marca, prodotto e servizio in modo strategico, coerentemente con i modelli di consumo e di fruizione dei media, in un mercato dove il digitale ha profondamente mutato il rapporto consumatori-aziende.

Specialista in comunicazione d'impresa funzione in un contesto di lavoro:

Il corso di laurea magistrale in Comunicazione Pubblica, Digitale e d'impresa, curriculum in **Media digitali** intende formare professionisti esperti nelle strategie di progettazione, gestione ed uso dei media digitali, all'interno del web inteso come ambiente caratterizzato da dinamiche specifiche e differenziali. I laureati potranno essere assunti in organizzazioni complesse pubbliche e private, oppure operare come professionisti autonomi e consulenti.

Il corso di laurea magistrale in Comunicazione Pubblica, Digitale e d'impresa, curriculum in **Comunicazione d'impresa** intende formare professionisti destinati ad operare nel campo della comunicazione presso organizzazioni complesse di carattere privato e pubblico, prevalentemente di tipo imprenditoriale ma non solo, fornendo le necessarie competenze teoriche e pratico professionali.

Competenze associate alla funzione:

I laureati nel curriculum in **Media digitali** apprenderanno le dinamiche proprie e le chiavi di lettura relative ai media digitali, all'interno del web inteso come ambiente di produzione, circolazione, condivisione e fruizione di dati, informazioni e contenuti. A questo fine, i laureati acquisiranno competenze specifiche in relazione a: ● le strategie e le tecniche di comunicazione in ambiente digitale; ● i modelli e le caratteristiche differenziali della regolamentazione giuridica della comunicazione in ambiente digitale ● i dati come risorsa/materia prima dell'ecosistema digitale, gli strumenti di analisi, i modelli di open government; ● i sistemi e i linguaggi politici; ● i social network; acquisiranno, inoltre, le abilità progettuali ed operative indispensabili per mettere a frutto le competenze teoriche e le strategie comunicative, mediante lo studio delle principali tecniche applicative (editing di contenuti, grafic editing, linguaggi di marcatura, sistemi operativi, componenti web). Inoltre, sulla base di un processo di consultazione con IWA Italy (<http://www.iwa.it/>), - associazione professionale che si occupa di definire, quale entità di standardizzazione riconosciuta dal CEN (Comitato Europeo di Normazione), i requisiti dei profili professionali per il Web e le relative certificazioni, - è stata operata una verifica del percorso formativo e delle competenze specifiche che il corso di laurea intende fornire, rispetto al progetto Web Skill Profiles, case study (http://www.ecompetences.eu/site/objects/download/6817_eCFcaseKprofessionalassociations.pdf) del CEN, che costituisce attualmente la base per la definizione delle certificazioni professionali ai sensi della legge 4/2013, nonché del programma di alfabetizzazione digitale del Governo Italiano. All'esito della consultazione, il percorso formativo è stato giudicato da IWA Italy coerente, e le competenze specifiche adeguate, per lo svolgimento di attività del profilo 11 "Web Content Specialist" (<http://www.skillprofiles.eu/stable/g3/profiles/WSP-G3-011.pdf>).

I laureati nel curriculum in **Comunicazione d'impresa** possiederanno gli strumenti necessari ad interpretare e gestire le problematiche della comunicazione di organizzazioni complesse sia in ambito privato che pubblico. Acquisiranno inoltre: ● sufficienti competenze in tutti quei campi (economia, politica, diritto) che definiscono e delimitano l'azione delle organizzazioni complesse; ● conoscenze nel campo della loro organizzazione, gestione e della definizione della loro missione istitutiva; ● conoscenza delle procedure e delle tecniche ideative, gestionali e produttive che attengono ai diversi campi della comunicazione di impresa e della comunicazione pubblica e politica (pubblicità, relazioni pubbliche, comunicazione pubblica e politica).

I laureati avranno anche gli strumenti teorici ed empirici per agire nel campo delle indagini sui consumi e delle ricerche di mercato, gli strumenti atti ad interpretare e valutare le prestazioni delle organizzazioni complesse nell'ambito della comunicazione, nonché il loro posizionamento di mercato. I laureati possiederanno gli strumenti necessari ad interpretare e gestire le problematiche della comunicazione di organizzazioni complesse sia in ambito privato che pubblico. Acquisiranno inoltre: ● sufficienti competenze in tutti quei campi (economia, politica, diritto) che definiscono e delimitano l'azione delle organizzazioni complesse; ● conoscenze nel campo della loro organizzazione, gestione e della definizione della loro missione istitutiva; ● conoscenza delle procedure e delle tecniche ideative, gestionali e produttive che attengono ai diversi campi della comunicazione di impresa e della comunicazione pubblica e politica (pubblicità, relazioni pubbliche, comunicazione pubblica e politica). I laureati avranno anche gli strumenti teorici ed empirici per agire nel campo delle indagini sui consumi e delle ricerche di mercato, gli strumenti atti ad interpretare e valutare le prestazioni delle organizzazioni complesse nell'ambito della comunicazione, nonché il loro posizionamento di mercato.

Sbocchi professionali:

I laureati in Comunicazione Pubblica, Digitale e d'impresa, curriculum in **Media Digitali** potranno trovare occupazione in imprese ed organizzazioni imprenditoriali, nella pubblica amministrazione e in organizzazioni politiche, nelle associazioni o imprese del terzo settore, dove si occuperanno, sotto diversi profili, della progettazione e della gestione concreta dei canali di comunicazione in ambiente digitale. Potranno altresì dare avvio ad attività individuali di consulenza e supporto nei confronti di organizzazioni complesse degli stessi settori.

I laureati in Comunicazione Pubblica, Digitale e d'impresa, curriculum in **Comunicazione d'impresa**, potranno trovare occupazione in imprese ed organizzazioni imprenditoriali, nella pubblica amministrazione e in organizzazioni politiche, dove si occuperanno delle attività di comunicazione. Potranno altresì dare avvio ad attività individuali di consulenza e supporto nei confronti di organizzazioni complesse degli stessi settori.

I laureati potranno continuare il proprio percorso formativo attraverso l'accesso a Master specialistici o a dottorati attinenti i campi della comunicazione pubblica, politica e di impresa.

Articolo 4 **Requisiti di ammissione e modalità di verifica**

Le conoscenze necessarie per l'accesso al Corso di laurea magistrale si conseguono di norma attraverso la laurea di primo livello nella classe di laurea L-20. L'accesso al corso di laurea magistrale è comunque subordinato alla verifica del possesso di requisiti curriculari e di preparazione personale. Ai fini dei requisiti curriculari è necessario aver maturato almeno 80 crediti in uno o più dei seguenti settori scientifico disciplinari: IUS/01, IUS/9, IUS/10, IUS/13, IUS/14, L-ART/06, L-LIN/01, L-LIN/12, M-FIL/05, M-STO/04, SECS-P/01, SECS-P/07, SECS-P/08, SPS/07, SPS/08 M-FIL/02, INF/01, SPS/01, SPS/02, L-FIL-LET/12, L-LIN/04, L-LIN/07, M-

DEA/01, M-FIL/04, M-PED/01, M-PSI/01, M-PSI/05, SECS-S/05, SECS-P/10, M-FIL/01, SPS/04, L-ART/05, L-FIL-LET/10, L-FIL-LET/11, M-STO/02, M-STO/08, SPS/06, IUS/08, M-GGR/01, M-GGR/02, M-PSI/06, SECS-P/02, SPS/11, L-FIL-LET/14. Almeno 6 crediti formativi debbono comunque essere stati acquisiti nel settore scientifico disciplinare SPS/08.

La Commissione Piani di studio può valutare l' idoneità dei crediti conseguiti in settori affini a quelli di cui al comma precedente ai fini dell' integrazione dei requisiti curriculari richiesti, nei limiti del 15% dei 80 crediti complessivi.

Sono in possesso dei necessari requisiti di preparazione personale coloro che hanno conseguito la laurea triennale con una votazione pari o superiore a 90/110. Il documento di richiesta di verifica dei requisiti curriculari va presentato alla Segreteria del Dipartimento di Scienze politiche e la Responsabile Dott.ssa Rita Cecchetti provvederà a rilasciare il nulla osta, secondo procedura che verrà indicata nel sito di Scienze della comunicazione. A coloro che abbiano riportato una votazione inferiore a quella indicata è richiesto il superamento di una prova di verifica della preparazione personale che si terrà prima dell' inizio dell' anno accademico.

L' accesso alla prova di verifica è comunque subordinato al possesso dei requisiti curriculari sopra specificati. Il Consiglio di corso di laurea si riserva la possibilità di prevedere una seconda prova di accertamento dei requisiti di preparazione personale entro il mese di dicembre.

Nel caso di mancanza di requisiti curriculari non superiore a 30 CFU è possibile iscriversi ai corsi singoli, come indicato nel Regolamento procedure e tasse di Ateneo, con decurtazione dell' importo versato a tal fine dall' importo totale di iscrizione al Corso di Laurea Magistrale.

TITOLO II - Organizzazione della didattica

Articolo 5

Percorso formativo

Il corso ha una durata di n. 2 anni.

Per il conseguimento del titolo lo studente deve acquisire n. 120 cfu - crediti formativi universitari; il carico di lavoro medio per anno accademico è pari a 60 cfu; ad 1 cfu corrispondono 25 ore di impegno complessivo dello studente.

Le attività formative sono articolate in semestri.

Gli studenti possono inoltre conseguire ulteriori cfu sino ad un massimo di 15 oltre ai 120 necessari per il rilascio del titolo.

Il Corso è articolato in n. 2 curricula

1. Comunicazione d'impresa
2. Media digitali

Struttura del percorso formativo

**Corso di Studio: LM95 - Comunicazione pubblica digitale e d'impresa – Curriculum
Comunicazione d'impresa (2017)**

Anno 1

Attività formativa	Ambito disciplinare	SSD	Denominazione insegnamento (denominazione inglese)	Denominazione modulo (denominazione inglese)	CFU	Modalità di verifica
Attività formative caratterizzanti	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	IUS/01	Comunicazione pubblicitaria e tutela dei consumatori (<i>Advertising and consumer protection</i>)		9	Voto
	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	SECS-P/07	Economia e management aziendale (<i>Economics and business Management</i>)		9	Voto
	DISCIPLINE SOCIALI, INFORMATICHE E DEI LINGUAGGI	SPS/08	Relazioni pubbliche (<i>Public Relations</i>)		9	Voto
	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	SPS/08	Sistemi politici e tecniche di comunicazione (<i>Political systems and communication techniques</i>)		9	Voto
	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	SECS-S/01	Sondaggi, indagini campionarie e metodi di valutazione (<i>Polls, samplesurveys and evaluation methods</i>)		9	Voto
	DISCIPLINE SOCIALI, INFORMATICHE E DEI LINGUAGGI	SPS/08	Teoria e tecniche della comunicazione pubblicitaria (<i>Advertising Theories and techniques</i>)		6	Voto
Attività Affini o integrative	Affini ed integrative	SPS/01	Analisi del linguaggio		9	Voto

(art.10, comma 5, lettera b)			politico (<i>Analysis of political language</i>)			
	Affini ed integrative	SPS/10	Sociologia e comunicazione del turismo (<i>Sociology and communication of tourism</i>)		6	Voto

Anno 2

Attività formativa	Ambito disciplinare	SSD	Denominazione insegnamento (denominazione inglese)	Denominazione modulo (denominazione inglese)	CFU	Modalità di verifica
Attività formative caratterizzanti	DISCIPLINE SOCIALI, INFORMATICHE E DEI LINGUAGGI	SPS/08	Strategie di comunicazione d'impresa (<i>Business Communication strategies</i>)		6	Voto
A scelta dello studente (art.10, comma 5, lettera a)	A SCELTA DELLO STUDENTE		Insegnamenti a scelta (<i>Optional Courses</i>)		12	
Prova finale e lingua straniera (art.10, comma 5, lettera c)	Prova finale		Tesi (<i>Degree Thesis</i>)		24	
Ulteriori attività formative (art.10, comma 5, lettera d)	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		Laboratori (<i>Labs</i>)		6	
	Tirocini formativi e di orientamento		Stage (<i>Internship</i>)		6	

Corso di Studio: LM95 - Comunicazione pubblica digitale e d'impresa – Curriculum Media digitali (2017)

Anno 1

Attività formativa	Ambito disciplinare	SSD	Denominazione insegnamento (denominazione inglese)	Denominazione modulo (denominazione inglese)	CFU	Modalità di verifica
---------------------------	----------------------------	------------	---	---	------------	-----------------------------

Attività formative caratterizzanti	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	IUS/10	Diritto dei media digitali (<i>Digital media law</i>)		6	Voto
	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	IUS/10	Open government e amministrazione digitale (<i>Open government and digital administration</i>)		6	Voto
	DISCIPLINE SOCIALI, INFORMATICHE E DEI LINGUAGGI	SPS/08	Relazioni pubbliche (<i>Public Relations</i>)		9	Voto
	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	SPS/08	Sistemi politici e tecniche di comunicazione (<i>Political systems and communication techniques</i>)		9	Voto
	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	SECS-S/01	Sondaggi, indagini campionarie e metodi di valutazione (<i>Polls, samplesurveys and evaluation methods</i>)		9	Voto
	DISCIPLINE SOCIALI, INFORMATICHE E DEI LINGUAGGI	INF/01	Strumenti per il web e data management (<i>Web tools and data management</i>)		9	Voto
Attività Affini o integrative (art.10, comma 5, lettera b)	Affini ed integrative	SPS/01	Analisi del linguaggio politico (<i>Analysis of political language</i>)		9	Voto
	Affini ed integrative	SPS/08	Teorie e tecniche dei media digitali (<i>Theories and</i>		6	Voto

			<i>techniques of digital media)</i>			
Anno 2						
Attività formativa	Ambito disciplinare	SSD	Denominazione insegnamento (denominazione inglese)	Denominazione modulo (denominazione inglese)	CFU	Modalità di verifica
Attività formative caratterizzanti	DISCIPLINE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	SPS/08	Strategie di comunicazione in rete (<i>Network communication strategies</i>)		6	Voto
A scelta dello studente (art.10, comma 5, lettera a)	A SCELTA DELLO STUDENTE		Insegnamenti a scelta (<i>Optional Courses</i>)		12	
Prova finale e lingua straniera (art.10, comma 5, lettera c)	Prova finale		Tesi (<i>Degree Thesis</i>)		24	
Ulteriori attività formative (art.10, comma 5, lettera d)	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		Laboratori (<i>Labs</i>)		6	
	TIROCINI ED ATTIVITÀ PRATICHE		Stage (<i>Internship</i>)		9	

Articolo 6 Prova finale

È ammesso a sostenere la prova finale lo studente che abbia conseguito tutti i crediti formativi previsti dall'ordine degli studi. Il periodo intercorrente fra l'ultimo esame sostenuto e l'inizio della sessione di laurea non deve essere inferiore a dieci giorni. La prova finale per il conseguimento del titolo consiste nella elaborazione e nella discussione, davanti ad una apposita commissione, di una dissertazione scritta originale a carattere scientifico concordata con il docente relatore, attinente una disciplina della quale lo studente ha sostenuto l'esame e che appartenga al proprio percorso formativo, sia del corso di laurea di primo livello che del corso di laurea magistrale, nonché, qualora si tratti di una disciplina a libera scelta, a condizione che venga espresso parere di congruità da parte della Commissione piani di studio. La Commissione di valutazione della prova finale è composta da almeno sette membri effettivi e da un supplente ed è presieduta da un professore di ruolo o fuori ruolo. Il Coordinatore del Corso di laurea nominerà tra questi un correlatore con il compito di impostare ed approfondire la discussione sui temi della tesi del candidato ai fini di un'ulteriore verifica del lavoro svolto. Il voto finale con cui viene conferita la laurea, espresso in centodecimi, è il risultato della media matematica

dei voti degli esami, ponderata in rapporto ai crediti formativi corrispondenti a ciascun esame, maggiorata della votazione attribuita alla prova dalla Commissione.

La Commissione di laurea può attribuire alla prova finale fino a sei centodecimi che possono essere elevati fino ad un massimo di otto, a seguito di richiesta formale da parte del relatore, motivata dall'inusuale valore della tesi. La richiesta va inviata a tutti i membri della Commissione di laurea.

La Commissione di laurea può inoltre conferire, all'unanimità, la lode.

Il relatore assiste il candidato come suo compito istituzionale, indirizza il candidato nell'impostazione complessiva del lavoro di tesi, nelle scelte bibliografiche e nell'organizzazione del lavoro e controlla che siano rispettati i criteri di redazione stabiliti dal Consiglio di Corso. Con la firma della tesi il relatore attesta il raggiungimento di un livello scientifico accettabile e di una sufficiente coerenza logica ed espositiva del lavoro di tesi. Il correlatore deve indirizzare la discussione in sede di seduta di tesi magistrale ed evidenziare gli eventuali punti di forza e di debolezza del lavoro del candidato. Il correlatore deve indirizzare la discussione in sede di seduta di tesi magistrale ed evidenziare gli eventuali punti di forza e di debolezza del lavoro del candidato.

Prima della redazione della tesi di laurea lo studente è invitato a prendere visione delle decisioni del Dipartimento di Scienze Politiche in merito al plagio. E' da considerarsi plagio l'impiego di testi di cui lo studente non sia direttamente l'autore per la composizione della tesi di laurea. La riproposizione di testi altrui o di testi ufficiali è possibile quando si tratti di una porzione molto limitata di testo presentata fra virgolette e corredata dal riferimento all'autore o all'autorità che ha prodotto il testo. Ogni docente controlla che i lavori sottoposti dagli studenti per la composizione della tesi di laurea siano originali. Quando il docente individui il plagio, ne consegue la sospensione della domanda di laurea per una sessione e la segnalazione al presidente della commissione di laurea del tentato plagio. Qualora il tentato plagio sia reiterato per una seconda volta, il consiglio di dipartimento può assumere ulteriori misure quali la proposizione dell'azione disciplinare nei confronti dello studente. Nel caso in cui ne ricorrano i presupposti il Dipartimento provvede alla denuncia per plagio.

Articolo 7 Tirocinio

Il corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica digitale e d'impresa offre agli studenti uno specifico progetto, "Fuori Campus" di collegamento con il mondo del lavoro. All'interno di Fuori Campus, gli studenti realizzano progetti e attività di comunicazione in collaborazione con imprese e istituzioni del territorio circostante che costituiscono potenziali occasioni di avviamento al lavoro.

Articolo 8 Altre attività formative che consentono l'acquisizione di crediti

Sono previsti nove crediti per "Altre attività formative" non legate ai corsi d'aula. I crediti relativi alle "Altre attività formative" si possono acquisire nei seguenti modi: stage o tirocinio formativo, laboratorio professionalizzante, riconoscimento di altre attività di formazione o professionali, nonché altri tipi di attività approvati dal Consiglio di Corso di laurea. Il Corso di laurea, in collaborazione con il dipartimento di riferimento, e in accordo con Enti pubblici e privati, organizza gli stage e i tirocini più opportuni per concorrere al conseguimento dei crediti richiesti ai fini di specifiche esigenze di carattere professionale. Il Consiglio del Corso di laurea determina le procedure e le regole per la realizzazione degli stage e dei tirocini, in conformità alla normativa vigente. La registrazione dei crediti formativi previsti per "Altre attività formative", sarà effettuata al termine delle attività che ne consentono il conseguimento e per effetto di una deliberazione del Consiglio del Corso di Laurea.

Il Consiglio del Corso di laurea riconosce, ai fini dell'acquisizione di crediti, attività formative svolte ed esami sostenuti nelle Università estere con le quali l'Ateneo di Perugia ha in vigore accordi e progetti

Articolo 9

Esami presso altre università

Esami sostenuti presso altre università possono essere riconosciuti a seguito di valutazione da parte della Commissione piani di studio

Articolo 10

Piani di studio

L'iscrizione al primo anno di corso dovrà essere perfezionata con la compilazione del piano di studi nel quadro di uno dei due curricula offerti dal Corso di Laurea. Nel piano di studi sono indicati, oltre agli esami caratterizzanti il curriculum prescelto, le modalità di utilizzo dei crediti a scelta dello studente e di acquisizione di crediti per "altre attività formative". Al momento della prima presentazione del piano di studi, da effettuarsi secondo modalità che verranno comunicate, qualora lo studente indichi insegnamenti diversi da quelli proposti dal Dipartimento per l'acquisizione dei crediti a scelta, l'approvazione del piano è subordinata ad una verifica di congruità da parte della Commissione piani di studio.

Articolo 11

Calendario delle lezioni, delle prove di esame e delle sessioni di laurea

L'attività didattica ha inizio il 17/09/2018.

I calendari delle lezioni, delle prove di esame e delle sessioni di laurea sono disponibili presso l'Ufficio Didattica e nel sito internet del Dipartimento.

TITOLO III - Docenti e tutorato

Articolo 12

Docenti e tutorato

I docenti di riferimento del corso di studio sono:

Carlone Enrico
Cianci Alberto Giulio
De Salvo Paola
Mazzoni Marco
Ponti Benedetto
Ranalli Giovanna
Sorrentino Vincenzo

I tutor del corso di studio sono:

CIANCI Alberto Giulio
DE SALVO Paola
MAZZONI Marco
PONTI Benedetto

Il Consiglio di Corso nomina un docente responsabile dei servizi per gli studenti diversamente abili. Sono inoltre previsti tutor identificati tra gli studenti capaci e meritevoli, ai sensi della legge n. 170/2003.

TITOLO IV - Norme di funzionamento

Articolo 13

Propedeuticità e obblighi di frequenza

Il Consiglio di Dipartimento favorisce la frequenza delle attività formative

Articolo 14

Iscrizione ad anni successivi al primo, passaggi, trasferimenti e riconoscimento dei crediti formativi acquisiti

Lo studente che intenda passare da altro corso di studio di questo Ateneo o trasferirsi da altra Università, può far domanda di riconoscimento dei crediti formativi acquisiti e il Consiglio di Dipartimento provvederà a riconoscere tali crediti formativi acquisiti, purché riferibili a discipline previste nel presente Regolamento. A discrezione della Commissione piani di studio, che individuerà le eventuali equipollenze, possono essere riconosciuti ulteriori crediti formativi acquisiti con riferimento alle “Altre attività formative” previste. La Commissione piani di studio riconosce i crediti formativi acquisiti in altre Università o in un altro corso di studio di questo Ateneo, purché riferiti a discipline previste nel presente ordine degli studi e non inclusi fra i 180 crediti conseguiti per ottenere il titolo di studio che ha dato accesso al Corso di laurea magistrale. A discrezione del Consiglio di Dipartimento, che individuerà le eventuali equipollenze, possono essere riconosciuti ulteriori crediti formativi con riferimento alle “Altre attività formative” previste. Lo studente iscritto ad un corso di laurea specialistico o magistrale di questo o di altro Ateneo, che intenda trasferirsi al Corso di laurea magistrale in Comunicazione Istituzionale e d’impresa, non dovrà possedere i requisiti richiesti per l’accesso dall’art.3 del presente Regolamento, se proviene da un corso di laurea appartenente alle seguenti classi : - Classe LM-59 delle lauree magistrali in “Scienze della comunicazione pubblica, d’impresa e pubblicità”, ai sensi del D.M. n.270/2004; - Classe 67/S delle lauree specialistiche in “Scienze della Comunicazione sociale e istituzionale”, ai sensi del D.M. n.509/1999. Qualora lo studente che chiede il trasferimento provenga da un corso di laurea non appartenente alle classi di laurea sopra indicate, dovrà possedere i requisiti per l’accesso indicati dall’art.3 del presente Regolamento.

Articolo 15

Studenti iscritti part-time

Per gli studenti “non frequentanti”, che abbiano autocertificato tale status, il docente può prevedere un programma didattico differenziato e attività di tutorato, che sopperiscano alla mancata frequenza.

TITOLO V - Norme finali e transitorie

Articolo 16

Norme per i cambi di regolamento degli studenti

Non si prevedono indicazioni operative, il Consiglio di Dipartimento valuterà, avvalendosi della Commissione piani di studio, le richieste presentate dallo studente.

Articolo 17

Approvazione e modifiche al Regolamento

Il presente regolamento è conforme all’ordinamento didattico e viene modificato e approvato secondo quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo.

Articolo 18
Norme finali e transitorie

Non si prevedono ulteriori norme finali e transitorie