



Regolamento e piano degli studi del corso di laurea magistrale

Digital Communication

Society, Business & Culture

(LM59)

Valido per gli immatricolati nell'anno 2026-2027

08 Febbraio 2026

Indice

Piano degli studi

- 1 anno
- 2 anno

Regolamento didattico

- CAPO I - Oggetto
- CAPO II - Obiettivi formativi e norme per l'accesso
- CAPO III - Organizzazione interna
- CAPO IV - Norme finali e transitorie

Risultati di apprendimento attesi (descrittori di Dublino)

- Conoscenza e capacità di comprensione
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione
- Autonomia di giudizio
- Abilità comunicative
- Capacità di apprendimento

Piano degli studi – Immatricolati nell’a.a. 2026-2027 (Coorte 2026)

Digital Communication - Society, Business & Culture

Anno Accademico 2026-2027 - I anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Insegnamenti	Cfu	Ore
TAF B Caratterizzanti	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	GSPS-05/A (già SPS/07)	Data Analytics e Intelligenza Artificiale	9	60
	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	PHIL-04/B (già M-FIL/05)	Analisi dei linguaggi e delle piattaforme mediali avanzate	6	40
	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	GIUR-01/A (già IUS/01)	Diritto dell'Intelligenza Artificiale	6	40
	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	GSPS-06/A (già SPS/08)	Consumi e Media digitali	6	40
	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	ECON-07/A (già SECS-P/08)	Transizione ecologica e digitale	6	40
TAF C Affini	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	GSPS-05/A (già SPS/07)	Industrie Creative	6	40
	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	ECON-06/A (già SECS-P/07)	Digital Business Planning	6	40
	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	ECON-07/A (già SECS-P/08)	Marketing internazionale ed Export digitale	9	60
	Ulteriori conoscenze linguistiche	ANGL-01/C (già LIN/12)	Laboratorio: Advanced Business English	3	30
TAF F	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	NN	Teologia: Etica sociale	6	56
TOTALE CFU I anno: 66					

Piano degli studi – Immatricolati nell’a.a. 2026-2027 (Coorte 2026)

Digital Communication - Society, Business & Culture

Anno Accademico 2026-2027 - II anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Insegnamenti	Cfu	Ore
TAF B Caratterizzanti	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	PHIL-04/B (già MFIL/05)	Forme e contenuti per la comunicazione integrata	6	40
	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	ECON-01/A (già SECS-P/01)	Economia e valorizzazione dei beni culturali	6	40
	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	GIUR-06/A (già IUS/10)	Diritto dell'amministrazione digitale e della comunicazione istituzionale	6	40
	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	GSPS-06/A (già SPS/08)	Content & Video Design per il Branding	6	40
TAF D Attività a scelta dello studente	Le discipline a scelta libera possono essere selezionate tra gli insegnamenti attivati e contribuire allo sviluppo di competenze in diversi ambiti coerenti al corso di studio			9	60
TAF F Altre attività	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	ECON-07/A (già SECS-P/08)	Project work a carattere applicativo e professionale: Intelligenza Artificiale per il Marketing	3	30
	Tirocini formativi e di orientamento	In alternativa al Project work è possibile effettuare - tramite convenzioni con imprese del territorio e nazionali, organizzazioni non governative, enti di ricerca, fondazioni ed enti pubblici - stage e tirocini e professionali		(Art. 2 e 5)	

Prova finale		18	
TOTALE CFU II anno: 54			

Regolamento Didattico del Corso di Laurea magistrale in Digital Communication - Society, Business & Culture

LM59

CAPO I - Oggetto

Art. 1 – Oggetto del Regolamento

1. Questo Regolamento, in conformità con l'ordinamento didattico del Corso di Laurea in "Digital Communication - Society, Business & Culture" e del Regolamento didattico di Ateneo, nel rispetto della libertà di insegnamento, nonché dei diritti e doveri dei docenti e degli studenti, specifica ai sensi dell'art. 12 del DM 22 ottobre 2004 n. 270 gli obiettivi formativi, gli aspetti organizzativi e di funzionamento e le attività di detto Corso di Studio, previsto all'interno del Dipartimento di Giurisprudenza, Economia e Comunicazione della Lumsa di Palermo.

CAPO II - Obiettivi formativi e norme per l'accesso

Art. 2 – Obiettivi formativi specifici

1. Il Corso di Laurea Magistrale in Digital Communication – Society, Business & Culture, erogato in lingua italiana, è finalizzato alla formazione di professionisti altamente qualificati nei settori della comunicazione e del marketing digitale, con una solida preparazione teorica e metodologica e una forte attenzione alle competenze applicative. Il percorso formativo si colloca nell'ambito della comunicazione d'impresa e istituzionale, con un focus specifico sui media digitali avanzati, sulle industrie creative, sull'innovazione dei processi comunicativi e sulle trasformazioni in atto nei contesti organizzativi. Coerentemente con gli obiettivi della doppia transizione ecologica e digitale, il corso approfondisce l'adozione, l'integrazione e l'impiego delle tecnologie di intelligenza artificiale in diversi settori, con particolare riferimento alle attività di business e alle funzioni strategiche per lo sviluppo economico, organizzativo e territoriale.
2. I laureati nel Corso di Laurea Magistrale LM-59 in "Digital Communication - Society, Business & Culture" possederanno:
 - a. conoscenze relative alla comunicazione digitale per la progettazione, produzione e gestione di contenuti multimediali e interattivi, incluse competenze applicate al marketing digitale e alle industrie creative, orientate allo sviluppo di soluzioni comunicative innovative nei settori business, culturali (ad esempio: fashion, sport, arti digitali, tempo libero, food, turismo, etc.) nonché per le aziende ed enti pubblici e per la pubblica amministrazione. Tali competenze includono inoltre la capacità di analizzare i consumi e di comprendere l'impatto sociale e culturale delle piattaforme digitali, nonché di progettare contenuti coerenti con i diversi target e pubblici;
 - b. competenze sociologiche, giuridiche ed aziendali applicate alla valorizzazione delle risorse e alla transizione ecologica e digitale;
 - c. capacità di interpretare le trasformazioni digitali in chiave umanistica ed economica, con una prospettiva critica sulle loro implicazioni per la società;

- d. competenze nella trasformazione digitale delle imprese, con attenzione all'adozione di nuove tecnologie e alla gestione del cambiamento organizzativo;
 - e. competenze per svolgere ruoli di responsabilità gestionale della comunicazione nelle aziende, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni non profit e nelle agenzie professionali che realizzano pubblicità e prodotti di comunicazione;
 - f. conoscenze e competenze che permettano di svolgere compiti di elevata responsabilità, organizzativi e gestionali, nell'ambito di agenzie pubblicitarie e di comunicazione nonché di istituzioni, amministrazioni ed enti pubblici;
 - g. competenze necessarie per l'uso delle nuove tecnologie della comunicazione per la gestione dei processi di comunicazione delle imprese, delle organizzazioni pubbliche e non profit;
 - h. competenze metodologiche idonee alla gestione dei flussi di comunicazione interna e esterna di imprese, di enti e aziende pubbliche e di organizzazioni del terzo settore che permettano di realizzare prodotti comunicativi e campagne promozionali, integrando canali off line a canali on line;
 - i. abilità specialistiche relative alle tecniche pubblicitarie e del digital advertising;
 - j. conoscenze metodologiche che consentano di pianificare e gestire strategie di comunicazione sui social media;
 - k. conoscenze specialistiche gestionali e organizzative, funzionali alla definizione della corporate image aziendale, massimizzando il valore aggiunto offerto dalle nuove tecnologie;
 - l. competenze necessarie a sviluppare attività di analisi e monitoraggio della comunicazione digitale (data mining, analytics, metriche della comunicazione) anche attraverso l'uso dell'intelligenza artificiale;
 - m. competenze tecniche e strategiche necessarie per la programmazione dei piani di comunicazione integrata;
 - n. abilità metodologiche idonee alla valorizzazione del sistema di relazioni internazionali e all'attuazione di politiche di engagement dei propri stakeholders.
- Inoltre, i laureati dovranno:
- o. padroneggiare i principali strumenti della comunicazione digitale nei rispettivi ambiti di competenza;
 - p. dimostrare competenza nell'uso fluente, sia scritto che orale, della lingua italiana e inglese, con particolare attenzione ai linguaggi specifici delle discipline di riferimento;
 - q. sviluppare una spiccata propensione all'internazionalizzazione;
 - r. impiegare in modo creativo le tecnologie digitali avanzate, incluse quelle riferite all'intelligenza artificiale, per rispondere alle esigenze comunicative e strategiche.
3. Gli studenti del Corso "Digital Communication - Society, Business & Culture" acquisiscono conoscenze e competenze nei settori della comunicazione tradizionale e digitale. Il percorso formativo consente di applicare tali competenze in ambiti specifici dove operano professionisti esperti che applicano approcci innovativi per rispondere alle esigenze della società, delle istituzioni, delle imprese. Gli insegnamenti a maggior contenuto teorico e analitico sono integrati da insegnamenti più specialistici, laboratori e stage. Le tradizionali lezioni frontali, di contenuto prevalentemente teorico e analitico, sono integrate da esercitazioni pratiche, laboratori, discussioni di case studies, seminari, testimonianze aziendali e project work di gruppo. L'obiettivo è quello di mettere lo studente nella condizione di sapere e di saper fare. È prevista la possibilità di svolgere stage presso strutture convenzionate con l'ufficio Stage e Tirocini.

Art. 3 – Profili professionali e sbocchi occupazionali

1. Le figure professionali previste dal Corso sono in grado di lavorare, anche con funzioni di elevata responsabilità, nell'ambito della comunicazione digitale per la gestione e la valorizzazione delle risorse umane impegnate in

settori operanti nelle relazioni con il pubblico, nella progettazione e la realizzazione di piani di comunicazione integrata, nonché in enti pubblici, del terzo settore e nelle imprese profit. A titolo esemplificativo, tali professionisti possono operare in aziende specializzate in comunicazione digitale e non; in organizzazioni profit e non profit, in organizzazioni non governative (ONG), Istituzioni pubbliche o politiche; nonché come liberi professionisti.

I principali profili professionali ai quali il Corso di Studio prepara sono rappresentati dai seguenti codici ISTAT:

1. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (2.5.1.5.3)
2. Redattori di testi per la pubblicità (già copywriter e redattore di testi pubblicitari) (2.5.4.1.3)
3. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) (2.5.1.5.2)
4. Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi (2.5.1.5.1)
5. Analisti di mercato (2.5.1.5.4)

In particolare, il laureato potrà svolgere la propria attività come esperto in: comunicazione integrata d'impresa; comunicazione digitale e social media; marketing avanzato e digitale; campagne pubblicitarie e piani di comunicazione; relazioni commerciali; ideazione e gestione dell'immagine istituzionale coordinata e di marca (brand manager); progettazione e realizzazione di eventi, raccolta fondi e sponsorizzazioni; strategie per i social media; social media metrics, SEO e SEM.

I laureati magistrali possono accedere a un Corso di Dottorato di ricerca, secondo le disposizioni dei regolamenti ministeriali e dei singoli Atenei, o a un Master, anche di secondo livello, secondo le normative dell'Ateneo che lo organizza.

Art. 4 – Comitato di indirizzo

1. Il Corso di Studio si avvale di un Comitato di indirizzo, composto da esperti e professionisti, con funzioni consultive, progettuali, di verifica e monitoraggio, al fine di facilitare e promuovere i rapporti tra università, scuola e mondo del lavoro, formulare proposte di attività formative innovative, valutare l'efficacia degli sbocchi occupazionali.

Art. 5 – Norme relative all'accesso

1. Per l'ammissione al Corso di Studio Magistrale in "Digital Communication - Society, Business & Culture" è richiesto un titolo di laurea triennale (o del vecchio ordinamento) o equivalente; è inoltre auspicabile che lo studente abbia acquisito conoscenze di base in almeno alcuni degli ambiti pertinenti al Corso, quali le scienze della comunicazione, la sociologia, le discipline economico-aziendali e quelle linguistiche e che abbia capacità di usare strumenti informatici e telematici e almeno una lingua straniera.

Per gli studenti provenienti dalla classe L-20 Scienze della Comunicazione (classe 14 ex DM 509/99) e dalla classe L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale, nonché L-33 Economia e Commercio l'accesso è diretto.

Le conoscenze richieste per l'ammissione sono accertate nei seguenti modi: conseguimento del titolo di laurea triennale (o di vecchio ordinamento) in una delle seguenti classi (o corrispondenti nel regime ex DM 509).

- L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
- L-11 Lingue e culture moderne
- L-14 Scienze giuridiche
- L-15 Scienze del turismo
- L-16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione

- L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
- L-20 Scienze della comunicazione
- L-33 Economia e commercio
- L-36 Scienze politiche e delle relazioni internazionali

Le conoscenze di base richieste dal Corso di Studio sono solitamente acquisite dai laureati nei CdS sopra evidenziati. Tuttavia, il conseguimento del titolo di laurea triennale deve essere comprensivo di almeno 60 CFU complessivi in settori scientifico-disciplinari (SSD) così auspicabilmente articolati:

1. Almeno 6 CFU in ANGL-01/C (ex L-LIN/12 - Lingua inglese), oppure in FRAN-01/B (ex L-LIN/04 - Lingua francese), oppure SPAN-01/C (ex L-LIN/07 - Lingua spagnola), oppure FLMR-01/D (ex L-LIN/09 - Lingua portoghese e brasiliana), oppure GERM-01/C (ex L-LIN/14 - Lingua tedesca), oppure in altri SSD dei GSD dell'Area 10 nel caso in cui il titolo dell'insegnamento si riferisca chiaramente allo studio di una lingua moderna e non esclusivamente ad aspetti letterari e/o culturali; o, ancora, aver conseguito un diploma di conoscenza delle lingue suddette legalmente riconosciuto;
 2. Almeno 8 CFU in ECON-07/A (ex SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese) oppure in ECON-06/A (ex SECS-P/07 - Economia aziendale) oppure in ECON-01/A (ex SECS-P/01 - Economia politica) oppure in ECON-02/A (ex SECS-P/02 - Politica economica);
 3. Almeno 12 CFU in GSPS-06/A (ex SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e della comunicazione) oppure in GSPS-05/A (ex SPS/07 - Sociologia generale) oppure in GSPS-08/A (ex SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro);
 4. Almeno 4 CFU in INFO-01/A (ex INF/01 - Informatica) oppure in IINF-05/A (ex ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni) oppure aver conseguito l'ECDL;
 5. Almeno 30 CFU nei settori scientifico-disciplinari indicati ai precedenti punti 1, 2, 3, 4 oppure nei seguenti SSD: LIFI-01/A (ex L-FIL-LET/12 - Linguistica italiana), ITAL-01/A (ex L-FIL-LET/10 - Letteratura italiana), GLOT-01/A (ex L-LIN/01 - Glottologia e linguistica), PHIL-04/B (ex M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi), HIST-02/A (ex M-STO/02 - Storia moderna), HIST-03/A (ex M-STO/04 - Storia contemporanea), PEMM-01/A (ex L-ART/05 - Discipline dello spettacolo), PEMM-01/B (ex L-ART/06 - Cinema, fotografia e televisione), GIUR-01/A (ex IUS/01 - Diritto privato), GIUR-05/A (ex IUS/09 - Istituzioni di diritto pubblico), GIUR-06/A (ex IUS/10 - Diritto amministrativo), PSIC-01/A (ex M-PSI/01 - Psicologia generale), PSIC-03/A (ex M-PSI/05 - Psicologia sociale).
2. L'adeguatezza della personale preparazione dello studente sarà verificata da un'apposita Commissione. Ai fini della verifica dei requisiti linguistici e informatici possono essere valutate anche eventuali certificazioni, rilasciate da Enti certificatori riconosciuti, purché conseguiti entro i 3 anni precedenti l'iscrizione. È inoltre richiesto il possesso di una conoscenza della lingua inglese almeno pari al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER). L'ammissione al Corso avviene previa verifica del possesso dei requisiti curriculari e dell'adeguatezza della preparazione personale del candidato. Tale preparazione sarà valutata secondo le modalità che potranno includere, tra gli altri criteri, il superamento di un colloquio orale e/o di una prova scritta, nonché l'analisi dettagliata e di merito del percorso di studi precedente e il raggiungimento di un voto minimo di laurea adeguato.

CAPO III - Organizzazione interna

Art. 6 – Frequenza

1. La frequenza agli insegnamenti è obbligatoria per almeno i 2/3 dell'orario previsto. È tuttavia possibile fare richiesta di esonero dalla frequenza delle lezioni compilando l'apposito modulo disponibile sul sito e inviandolo al Presidente del Corso di Laurea. Il Presidente, valutate le motivazioni con relativa documentazione allegata alla richiesta di esonero, può autorizzare la sostituzione della mancata o parziale frequenza con un programma alternativo da concordare con i docenti titolari delle cattedre.
2. Per gli studenti lavoratori, gli atleti e gli studenti in situazione di difficoltà, il cui status sia formalmente riconosciuto dalla segreteria didattica sulla base dei requisiti previsti dall'apposito regolamento, sono riconosciute le agevolazioni previste dall'art. 7 del Regolamento di Ateneo in materia.

Art. 7 – Riconoscimento di esami

1. Gli esami sostenuti nell'ambito di un precedente Corso di Laurea in Italia o all'estero (se riconosciuto) o nell'ambito di master universitari che conferiscono CFU, possono essere riconosciuti, se non sono stati necessari per il raggiungimento dei requisiti curriculari previsti dai criteri di ammissione e se sono compatibili con il piano degli studi del Corso di Laurea. Il riconoscimento degli esami avviene a insindacabile giudizio del Presidente del Corso di Laurea, sulla base dell'analisi dei programmi degli insegnamenti di cui si richiede il riconoscimento. I crediti riconosciuti in questo modo non concorrono alla determinazione della media dello studente.
2. Gli studenti che si trasferiscono da un altro Corso di Laurea magistrale possono richiedere il riconoscimento degli esami già sostenuti nel Corso di provenienza, se non sono stati necessari per il raggiungimento dei requisiti curriculari previsti dai criteri di ammissione e se sono compatibili con il piano degli studi del Corso di Laurea. Il riconoscimento degli esami avviene a insindacabile giudizio del Presidente del Corso di Laurea, sulla base dell'analisi dei programmi degli insegnamenti di cui si richiede il riconoscimento. I crediti riconosciuti in questo modo concorrono alla determinazione della media dello studente.
3. È possibile riconoscere, per un massimo di 12 CFU, attività lavorative di tirocinio o di formazione extra-academica in sostituzione di attività preferibilmente comprese nei TAF D (attività a scelta dello studente) o F (altre attività), se sono compatibili con il piano degli studi del Corso di Laurea. Il riconoscimento delle attività avviene a insindacabile giudizio del Presidente del Corso di Laurea, sulla base della documentazione presentata dallo studente. I crediti riconosciuti in questo modo non concorrono alla determinazione della media dello studente.
4. Il riconoscimento di esami sostenuti presso altro Ateneo deve avvenire ad istanza dello studente, indicando l'esame di cui si chiede il riconoscimento, le ore e i CFU, il settore scientifico disciplinare di riferimento, il programma svolto e l'Ateneo presso il quale è stato sostenuto, anche nel caso di contemporanea iscrizione. Il riconoscimento di crediti formativi extrauniversitari può essere effettuato esclusivamente sulla base delle competenze dimostrate da ciascuno studente entro il limite dei 12 CFU. Sono escluse forme di riconoscimento attribuite collettivamente. Una volta che il Presidente di Corso di Laurea ha disposto il riconoscimento degli esami, questi non possono più essere annullati o revocati o sostituiti.

Art. 8 – Piani di studio

1. Lo studente è tenuto a presentare per ogni anno di iscrizione in Corso il piano di studio on-line, accedendo alla sua area riservata, entro il termine indicato annualmente nel Calendario accademico. Lo studente dovrà seguire

il piano degli studi ufficiale dell'anno accademico in cui si immatricola. Il piano degli studi può essere modificato on-line dallo studente all'inizio del secondo anno di Corso e le modifiche saranno approvate automaticamente solo se coerenti con il percorso formativo. È possibile aggiungere nei piani di studio insegnamenti o attività con CFU in sovrannumero, e senza alcun onere economico, fino ad un massimo di 27 CFU. Si precisa che tali esami non concorrono alla media finale e una volta inseriti nei piani di studio dovranno essere sostenuti.

Art. 9 – Crediti necessari per l'iscrizione agli anni successivi al primo

1. Gli studenti, iscritti nell'a.a. 2026-2027 al primo anno di Corso (coorte 2026) dovranno acquisire, entro la sessione autunnale di esami (settembre 2027), un numero di crediti non inferiore a 30 per ottenere nell'a.a. 2027-2028 l'iscrizione al secondo anno; in caso contrario lo studente sarà iscritto al primo anno ripetente.

Art. 10 – Anticipazioni di esami

1. Lo studente ha la possibilità di anticipare nel primo anno fino ad un massimo di 12 CFU, relativi a discipline del secondo anno del suo piano degli studi attivate nell'a.a. 2026-2027, mediante compilazione di apposita modulistica disponibile sul sito internet dell'Ateneo.
2. Sulla richiesta di anticipazione, da presentare entro il 31 ottobre dell'anno in Corso, si pronuncerà il Presidente del Corso di Studio. Gli esami di Teologia non si possono anticipare.

Art. 11 – Modalità di verifica della preparazione

1. La verifica della preparazione degli studenti per i vari insegnamenti avviene tramite esami orali e/o scritti. Gli esami sono valutati in trentesimi, con eventuale assegnazione della lode.
2. Gli esami devono essere prenotati obbligatoriamente dallo studente, accedendo alla propria area riservata, entro il quarto giorno precedente la data dell'esame. La prenotazione all'appello successivo sarà possibile a partire dal terzo giorno dalla data dell'appello precedente. La prenotazione all'esame senza la cancellazione nei termini da parte dello studente, seguita dall'assenza all'appello, determina la preclusione alla prenotazione per l'appello successivo (cd. regola salto dell'appello). Lo studente per poter prenotare gli esami deve essere in regola con il pagamento delle tasse e dei contributi del suo anno di iscrizione. Perché l'esame si intenda regolarmente verbalizzato, deve comparire nel libretto on line dello studente. Lo studente che non si veda registrato in carriera un esame entro tre giorni dal suo sostenimento è tenuto a segnalarlo tempestivamente al docente titolare dell'insegnamento e alla segreteria studenti.

Art. 12 – Prova finale

1. L'esame di laurea consiste nella discussione pubblica e nella valutazione di una dissertazione scritta (tesi) su un argomento attinente a una disciplina nella quale il laureando abbia sostenuto l'esame.
2. L'argomento viene assegnato al laureando da un docente titolare di un insegnamento compreso tra le discipline della laurea magistrale. Potranno essere relatori e correlatori di tesi anche i docenti conduttori dei laboratori. Garanti del lavoro sono il relatore ed il correlatore, i quali seguiranno lo studente nella preparazione dell'elaborato.
3. Il voto di laurea, espresso in centodecimi, viene attribuito dalla Commissione di laurea, su proposta del relatore, anche sulla base del curriculum dello studente e della media delle votazioni conseguite nei singoli esami di profitto. La Commissione potrà aggiungere al punteggio attribuito: 1 punto per coloro che discutono la tesi

entro la durata legale del Corso di studi; 1 punto per coloro che abbiano partecipato con profitto al Programma Erasmus, o a programmi equivalenti di mobilità internazionale, a condizione che abbiano acquisito CFU.

4. La lode viene proposta dal relatore e deve essere approvata all'unanimità. Con la verbalizzazione dell'esame di laurea e l'attribuzione del voto il candidato consegue il diploma di Laurea Magistrale.
5. La Legge sanziona chi presenta, come propri, lavori che siano opera di altri. Tutti gli studenti sono tenuti al rispetto del dettato normativo, adottando un comportamento corretto e trasparente nella stesura delle tesi o delle prove finali, così da evitare conseguenze derivabili dal reato, tra cui lo stesso annullamento del titolo illegittimamente conseguito.

Art. 13 – Attività di tutorato

1. È istituito un servizio di tutorato per gli studenti. Obiettivo del tutorato è orientare e assistere gli studenti nel Corso degli studi, renderli attivamente partecipi del processo formativo, aiutarli a rimuovere gli ostacoli che impediscono una proficua frequenza dei corsi e assisterli nelle loro scelte formative.
2. Tra le attività di tutorato, in particolare, sono comprese: l'assistenza per la stesura dei piani di studio; l'assistenza per il superamento di ostacoli cognitivi che si frappongono al superamento delle prove di accertamento del profitto e assistenza per la scelta del lavoro di tesi.
3. Svolgono attività di tutorato i docenti afferenti al Corso di Studio. L'Ateneo offre a tutti gli studenti che riscontrano difficoltà nella pianificazione, organizzazione e gestione dell'attività di studio, un Servizio di Supporto al Metodo di Studio (<https://lumsa.it/it/servizio-di-supporto-al-metodo-di-studio>), allo scopo di migliorare e potenziare le proprie competenze.

Art. 14 – Mobilità internazionale

1. L'Ateneo incoraggia e sostiene l'importanza per i propri studenti di svolgere periodi di mobilità internazionale ivi inclusa la mobilità nell'ambito del programma Erasmus.
2. Gli studenti che intendono partecipare a progetti di mobilità internazionale, sulla base di accordi tra il nostro Ateneo e le Università straniere, sono tenuti ad osservare le procedure stabilite dall'Ateneo e pubblicate sul sito web della LUMSA nella sezione Relazioni internazionali.
3. Prima della partenza, lo studente deve essere in possesso del piano di studio (Learning Agreement for studies) contenente gli insegnamenti che intende frequentare nella sede ospitante e i relativi crediti formativi universitari, ovvero il programma di lavoro (Learning Agreement for Traineeships) da seguire all'estero per l'Erasmus per Traineeship, entrambi approvati sia dal Coordinatore Erasmus del proprio Corso di studi che dall'istituto ospitante.
4. Gli studenti che partecipano a progetti di mobilità internazionale potranno presentare al Coordinatore Erasmus istanza di riconoscimento delle attività formative svolte durante il periodo di mobilità presentando la relativa certificazione.
5. I CFU conseguiti all'estero nell'ambito di mobilità Erasmus conferiscono un punto in più sulla votazione finale per la tesi (vedi Art. 12).
6. Gli studenti interessati a svolgere periodi di mobilità all'estero sono invitati a rivolgersi all'Ufficio Relazioni internazionali per assistenza e per ricevere informazioni sul grado di conoscenza delle lingue straniere richiesto per partecipare ai bandi di mobilità internazionale.

Art. 15 – Attività per lo sviluppo delle competenze trasversali

1. Per favorire la formazione integrale degli studenti e l'acquisizione di competenze trasversali, sempre più richieste dal mondo del lavoro, sono stati istituiti, nell'ambito del CdS, appositi percorsi per lo sviluppo di competenze trasversali utili per l'inserimento nel mondo del lavoro (soft skills). L'Ateneo promuove, inoltre, attività extracurricolari di vario tipo organizzate dagli stessi studenti: corsi di dizione, di teatro in lingua, attività sportive, manifestazioni interculturali e interdisciplinari. Inoltre, per rendere gli studenti davvero protagonisti e sollecitarli a porre al servizio della comunità le competenze acquisite durante lo studio accademico, favorendo lo sviluppo al contempo di una cittadinanza attiva, vengono proposte varie iniziative di Service Learning.

Art. 16 – Percorso di eccellenza

1. Al fine di offrire agli studenti meritevoli l'opportunità di sviluppare competenze avanzate e approfondire specifiche aree di studio, superando i confini del tradizionale piano curriculare, il Corso di Laurea magistrale istituisce un "Percorso di eccellenza". Tale iniziativa, finalizzata a valorizzare il talento e la motivazione individuale, consente di favorire una formazione più articolata e personalizzata, la quale si rivela potenzialmente determinante per il futuro accademico e professionale dei partecipanti. L'istituzione di questo percorso risponde all'obiettivo di promuovere l'eccellenza accademica, stimolare un interesse più approfondito per la ricerca e l'innovazione, e incentivare lo sviluppo di capacità critiche e analitiche. Al contempo, esso mira a riconoscere e sostenere gli studenti maggiormente motivati, contribuendo alla formazione di professionisti e studiosi altamente qualificati, capaci di affrontare in modo efficace le sfide dei contesti lavorativi e accademici contemporanei.

Art. 17 – Lingue straniere

1. Per consentire agli studenti, nel contesto del percorso di studi, l'acquisizione di una adeguata conoscenza della Lingua inglese è in programma la partecipazione al Laboratorio: Advanced Business English, che prevede verifiche periodiche dell'apprendimento.

Art. 18 – Conoscenza della lingua italiana per studenti internazionali

1. Gli studenti internazionali di lingua non italiana iscritti al percorso in italiano (entrambi i percorsi), a partire dal primo anno di Corso e per tutto il Corso di studi, sono tenuti ad effettuare un test specifico di conoscenza della lingua italiana e a seguire i corsi successivi al raggiungimento e al consolidamento del livello B2, ai fini dell'ammissione alla discussione della tesi di laurea e al riconoscimento di 1 CFU per attività formative extracurricolari.

Art. 19 – Docenti del Corso di Studio

1. L'elenco dei docenti del Corso di Studio è pubblicato annualmente sul sito web dell'Ateneo.

CAPO IV - Norme finali e transitorie

Art. 20 – Assicurazione della qualità

1. Il Corso di Laurea è soggetto alle procedure di assicurazione della qualità prescritte dall'ANVUR. Vi concorrono, ciascuno secondo le proprie attribuzioni previste dalla Statuto e dal Regolamento generale di Ateneo e nel rispetto delle scadenze fissate dall'ANVUR, il Nucleo di valutazione, il Presidio di qualità, il Consiglio di dipartimento, la Commissione paritetica, il Presidente del Corso di studi, il Gruppo di gestione della qualità.

Art. 21 – Disposizioni finali

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento didattico vale quanto disposto dallo Statuto della LUMSA, dal Regolamento Didattico di Ateneo e dalla normativa vigente in materia.

Il Presidente del Corso di Studio

Umberto Di Maggio

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio

(DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding). Il percorso formativo fornisce ai laureati una preparazione avanzata nelle aree della comunicazione, con un focus sugli ambienti digitali e interattivi, permettendo una comprensione approfondita delle dinamiche socio-culturali e dei processi di innovazione digitale. I laureati acquisiscono competenze applicative per ideare, gestire e organizzare strategie comunicative, integrando media tradizionali e digitali evoluti. Gli studenti sono in grado di interpretare criticamente i dati e di rispondere alle esigenze organizzative attraverso approcci innovativi. Il programma, in particolare, enfatizza il rapporto tra tecnologia, società, cultura e sviluppo socio-economico con riferimento anche alla valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale. Tali conoscenze e capacità di comprensione saranno acquisite principalmente attraverso: lezioni frontali basate sull'utilizzo di libri di testo o altro materiale didattico (anche audiovisivo); esercitazioni e project work; partecipazione a laboratori e seminari; produzione di un elaborato finale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding). I laureati sono in grado di: tradurre sul piano pratico le conoscenze acquisite e sviluppare le abilità specifiche nei diversi settori della comunicazione con particolare riferimento a quella digitale; applicare le conoscenze e le abilità acquisite nell'ideazione, gestione e organizzazione di piani e campagne di comunicazione, con particolare riferimento alle strategie e agli strumenti digitali; applicare le conoscenze acquisite nei diversi contesti operativi dell'organizzazione e della gestione della comunicazione, con riferimento ai media tradizionali e interattivi, interpretando i dati di loro competenza con capacità critiche autonome. A tale scopo il Corso di Laurea offre una serie di laboratori tenuti anche da professionisti del settore (Digital Communication, marketing manager, media planner, pubblicitari, etc.). La verifica del conseguimento delle capacità di applicare conoscenza e comprensione avviene principalmente attraverso prove d'esame e/o di verifica intermedie (esami orali e/o scritti, test, esposizioni orali), nonché attraverso la realizzazione di progetti operativi (project work).

Autonomia di giudizio (making judgements). I laureati magistrali dovranno aver maturato capacità interdisciplinare di analisi critica nei diversi ambiti della comunicazione digitale. I laureati magistrali saranno in grado di analizzare dati e informazioni nonché contenuti e progetti di comunicazione digitale, valutandoli in modo critico e, ove necessario, rielaborando con un approccio gestionale. Tale competenza viene acquisita anche tramite attività di simulazione (case studies, simulating games, ecc.) e verifiche in itinere.

Abilità comunicative (communication skills). I laureati magistrali devono aver acquisito abilità comunicative ed espositive esercitabili sia attraverso l'uso della lingua straniera che mediante il ricorso alle tecnologie digitali. I laureati magistrali dovranno essere in grado di applicare le competenze specifiche di scrittura e di comunicazione nell'ambito dei diversi ambiti inclusi quelli a carattere d'impresa. I laureati magistrali dovranno possedere ottime capacità di comunicazione, tale da rivolgersi efficacemente a interlocutori specialisti e non specialisti. I laureati magistrali dovranno saper pianificare e presentare progetti di comunicazione e di ricerca nell'ambito di imprese e organizzazioni pubbliche e non profit italiane e straniere, anche utilizzando i mezzi della comunicazione di massa e i media interattivi e digitali. Le abilità comunicative scritte ed orali sono sviluppate, innanzitutto, in occasione di seminari, laboratori, esercitazioni, anche attraverso lo svolgimento di lavori di gruppo (project work) valutati in occasione delle diverse prove di verifica.

Capacità di apprendimento (learning skills). I laureati magistrali saranno in grado di approfondire individualmente

le problematiche attinenti ai fenomeni comunicativi, attraverso l'utilizzo di diverse fonti informative. I laureati magistrali sapranno padroneggiare le principali metodologie di aggiornamento della conoscenza diffuse nei diversi ambiti della comunicazione tradizionale e digitale. Le modalità e gli strumenti didattici con cui si intende pervenire a tali risultati sono: lezioni frontali, seminari, laboratori specifici con coinvolgimento diretto degli allievi (project work), stage presso imprese, agenzie di comunicazione, organizzazioni pubbliche e non profit. La verifica dei risultati si otterrà attraverso gli esami di profitto, attraverso verifiche in itinere e test interni ai singoli corsi, eventualmente ripetuti con scansione periodica.