



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Libera Università degli Studi "Maria SS.Assunta" - LUMSA
Nome del corso in italiano	Comunicazione, innovazione ed experience design (<i>IdSua:1616694</i>)
Nome del corso in inglese	Communication, innovation and experience design
Classe	LM-91 R - Tecniche e metodi per la società digitale
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.lumsa.it/didattica/corsi-di-laurea/roma/magistrale/comunicazione-innovazione-experience-design
Tasse	https://www.lumsa.it/ateneo_uffici_economato_rm_tasse
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	POLIDORO Piero
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di corso di studio
Struttura didattica di riferimento	Scienze umane - comunicazione, formazione e psicologia (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	IASEVOLI	Gennaro		PO	1	
2.	LAMA	Leopoldo		ID	1	

3.	MULARGIA	Simone	PA	1
4.	POLIDORO	Piero	PO	1
5.	SPINELLO	Andreaorazio	ID	1
6.	TESTARMATA	Silvia	PA	1

Rappresentanti Studenti	COLUCCIA Giulia Maria
Gruppo di gestione AQ	Silvia TESTARMATA
Tutor	Piero POLIDORO



Il Corso di Studio in breve

20/05/2025

Il corso di laurea magistrale forma esperti di progetti digitali e non (UX designer, Service designer, Experience manager, Architetto dell'informazione, ecc.) e di innovazione.

Le figure professionali previste sono in grado di concepire, realizzare, gestire e verificare progetti digitali e non, focalizzati sull'utente e sulla sua esperienza, e di favorire, gestire, comunicare l'innovazione in organizzazioni complesse. Si tratta di figure professionali fortemente trasversali, che uniscono conoscenze e competenze tecniche, economiche e socio-umanistiche.

Link: <https://www.lumsa.it/didattica/corsi-di-laurea/roma/magistrale/comunicazione-innovazione-experience-design> (Sito ufficiale del corso di laurea)



STUDI DI SETTORE

Le recenti indicazioni inserite nel 'Decreto della Strategia Digitale' (21 luglio 2020) stimano che il '30% della nuova forza lavoro necessaria in Italia sarà impiegato, nei prossimi anni, in lavori legati all'utilizzo di tecnologie digitali o all'economia circolare'. Secondo questa lettura, le competenze maggiormente richieste dalle imprese che puntano sull'innovazione per allargare il proprio mercato di riferimento sono analisi dei dati, programmazione e gestione di soluzioni innovative. Una tendenza valida e ben intercettata anche a livello europeo, come dimostrano le analisi messe a disposizione all'interno del database 'Skills Panorama' (<https://skillspanorama.cedefop.europa.eu/>). Nel dettaglio, il focus relativo ai cosiddetti 'ICT technicians' evidenzia come ci siano in Europa circa 1.9 milioni di persone occupate all'interno di questa categoria. Un'etichetta professionale che contiene al suo interno differenti profili di competenze accomunate, secondo Skills Panorama, dal riferimento alla capacità di sviluppare nuovi modelli di business e nuovi processi sia nel settore IT sia nel comparto users. In termini generali, il livello di occupazione di queste figure è previsto in crescita (+5%) nel periodo 2018-2030 (circa 98.000 nuove posizioni), senza considerare il turn-over: circa 575.000 posti di lavoro nel periodo 2018-2030.

Per quanto riguarda l'Italia, il recente rapporto 'Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia a medio termine' (2020-2024) ribadisce la centralità delle competenze digitali. Più nel dettaglio tra il 2020 e il 2024 le imprese avranno bisogno di 1,5 milioni di occupati in possesso di competenze digitali con importanza perlomeno intermedia, pari al 56% del fabbisogno del quinquennio.

Un'indicazione più precisa proviene in relazione alle figure professionali dotate del cosiddetto e-skill mix (possesso con elevato grado di almeno due delle tre e-skill mappate nel sistema Excelsior, ovvero competenze digitali di base, capacità di utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici, capacità di gestire soluzioni innovative). Tra il 2020 e il 2024 - afferma il Rapporto - il fabbisogno di professionisti con un mix di almeno due skill di grado elevato è stimato intorno alle 632.000 unità, corrispondenti al 24% del totale.

Per quanto riguarda il dettaglio delle filiere produttive, continua il Rapporto, tra il 2020 e il 2021 il maggiore fabbisogno sarà espresso dalla filiera della salute (241.000 unità), seguita dagli 'altri servizi pubblici e privati' (170.200 unità) e da 'formazione e cultura' (169.300 unità); quindi assumerà anche maggiore rilievo rispetto al recente passato la domanda del comparto pubblico e l'indotto privato ad essa collegato. Il 'commercio e turismo', dopo un biennio in forte sofferenza, dovrebbe esprimere nel triennio successivo la più ampia domanda di occupati (424.900 unità). Nel triennio 2022-2024 si confermano importanti filiere gli 'altri servizi pubblici e privati' (con un fabbisogno di 260.100 unità), 'salute' (259.800 unità) e 'formazione e cultura' (200.300 unità).

Per quanto riguarda l'indicazione di specifici profili professionali in grado di intercettare i nuovi fabbisogni occupazionali che emergeranno nel quadro della verosimile stabilizzazione economica post-pandemia, indicazioni utili a inquadrare il destino professionale dei laureati del corso emergono nel rapporto 'Tecnologia e digitalizzazione: per le aziende una nuova era post-Covid', realizzato da PageGroup (nota azienda di recruiting presente in diversi paesi). Nel dettaglio, per quanto riguarda i 'Digital Marketing Specialist e Manager' e i 'Content & Social Media Manager' il rapporto prevede una crescita del 15% per singolo profilo; per quanto attiene agli 'E-commerce Manager' e agli 'UX/UI Designer' (professionalità specificatamente dedicate al miglioramento della digital customer experience) la crescita è stimata al 20% per singolo profilo.

L'importanza della dimensione esperienziale è tale da orientare lo stesso comparto delle risorse umane, come emerge dal rapporto 'Future of HR 2020: Which path are you taking', realizzato dalla società di recruiting KPMG. Lo studio è stato condotto intervistando 1.362 responsabili di risorse umane in 55 differenti paesi tra giugno e agosto 2019. Tra i principali risultati, il 95% dei rispondenti ha dichiarato di considerare la 'employee experience' come area di attenzione prioritaria, con una tendenza ancora più spiccata per le organizzazioni leader, le quali sono ancora più portate ad essere d'accordo (3x rispetto ai rispondenti complessivi) con affermazioni che descrivono la 'employee experience' in quanto priorità strategica dell'intera organizzazione. All'interno delle organizzazioni di HR più significative raggiunte dallo studio, il 46% considera il 'design thinking' come top skill necessaria ai responsabili delle risorse umane.

Ulteriori indicazioni di dettaglio rispetto alle prospettive occupazionali dei laureati del corso possono essere desunte dall'analisi dell'andamento degli annunci di lavoro, con particolare attenzione al tema delle competenze digitali, secondo quanto messo in luce dalla banca dati dell'Osservatorio delle Competenze digitali (<https://competenzedigitali.org/>). La tabella che segue illustra i dati relativi agli annunci di lavoro nel periodo di riferimento indicato e consente di avere un'immediata immagine della richiesta di alcune figure professionali che intercettano (in parte o del tutto) il profilo di competenze formate dal Corso di studio.

Professione richiesta, Numero di annunci di lavoro

Digital Consultant, 10.410
Digital Media Specialist, 6.643
System Analyst, 4.314
Enterprise Architect, 2.210
Business Information Manager, 2.021
Test Specialist, 1.994
System Architect, 1.656
ICT Operation Manager, 1.431
Service Manager, 1.276
Develops Expert, 1.242
Solution Designer, 899
Product Owner, 539
Business Analyst, 497
Account Manager, 303
Scrum Master, 285
Digital Transformation Leader, 204

INTERVISTE, INCONTRI E QUESTIONARI CON LE PARTI SOCIALI

La consultazione con le parti sociali è avvenuta nel mese di dicembre 2020. Si è scelto un doppio binario di osservazione e analisi delle indicazioni degli stakeholder: questionario online e intervista in profondità. In particolare sono stati consultati:

- Confindustria – Giovani imprenditori, Presidente
- Nissan Italia, Direttore Risorse umane
- Enel Spa, Head of Employer Branding
- Nois3 – Experience Design Agency, Fondatore e CEO
- HRC Group – The Human Resources Community, Advisor
- Ministero del Lavoro e delle politiche sociali, Direttore generale per le politiche del personale, l'innovazione organizzativa, il personale

I principali temi oggetto della consultazione sono stati: il profilo complessivo del nuovo Corso di studio (CdS) e la sua presentazione; la descrizione delle figure professionali formate dal CdS; il progetto formativo, con particolare attenzione all'articolazione degli insegnamenti; le prospettive occupazionali dei futuri laureati; il nome del Corso di studio. Per quanto riguarda il profilo complessivo del corso, secondo le opinioni espresse dalle parti sociali, esso appare ben descritto e organizzato. La focalizzazione sul concetto esteso di esperienza appare una dimensione fondamentale per intercettare i prossimi sviluppi del mercato del lavoro. È un cambiamento non solo verso l'esterno (i clienti), ma anche rivolto all'interno dell'azienda (cura dei dipendenti). Gli intervistati consigliano di sottolineare la capacità dei futuri laureati di muoversi all'interno di un contesto internazionale e globale.

Le figure professionali formate dal corso intercettano l'interesse delle parti sociali, sia per quanto riguarda le loro aziende, sia in termini di lettura dello scenario complessivo di sviluppo del mercato del lavoro.

Il concetto di esperienza pare essere una delle dimensioni più significative, con un focus che si estende oltre l'esperienza digitale. I fattori relazionali e umani sono, secondo i partecipanti alla consultazione, centrali per descrivere l'esperienza complessiva dei differenti portatori di interesse. Identificare i bisogni e progettare le prospettive di miglioramento dell'esperienza funziona nel rapporto tra aziende e clienti finali, ma ha un ruolo centrale anche nella ridefinizione delle strategie di gestione delle risorse umane.

Per quanto riguarda la sottolineatura della capacità di essere manager dei processi, i partecipanti alla consultazione esprimono la convinzione che questa figura professionale debba essere 'un orchestratore'. A tal proposito, occorre che sappia dialogare anche con il settore business dell'azienda.

Le parti sociali consultate esprimono una valutazione sostanzialmente positiva del progetto formativo presentato. Gli insegnamenti proposti appaiono coerenti con gli obiettivi del corso e in linea con le figure professionali che devono essere formate. Gli esperti consultati hanno sottolineato l'importanza che sia evidente, nei programmi degli insegnamenti, lo studio e l'applicazione delle KPI per la verifica dei risultati raggiunti in un progetto; inoltre è stato suggerito che si affronti l'aspetto dell'experience writing, ovvero delle tecniche di comunicazione verbale e di costruzione del tono di voce.

Se in termini generali, anche in relazione allo scenario di sviluppo complessivo del mercato del lavoro, le parti sociali consultate esprimono valutazioni positive circa il potenziale di occupabilità dei laureati del Cds, alcune indicazioni più specifiche consentono di inquadrare meglio i settori e gli ambiti in cui i futuri laureati potranno collocarsi.

Da questo punto di vista, non si tratta solo di poter esser assunti in un'ottica di gestione del cliente finale (B2C), ma anche come facilitatore dei rapporti tra le aziende (B2B), anche in relazione ai processi di servitizzazione (o servuction). La gestione e valorizzazione del personale in ottica di human resources è un'ulteriore prospettiva occupazionale messa in evidenza dai partecipanti alla consultazione, della quale però si occupa un altro corso di laurea magistrale attivo nel Dipartimento (Psicologia del lavoro e del benessere organizzativo, classe LM51), i cui insegnamenti potranno ovviamente essere scelti dagli studenti per i crediti del Taf D.

► QUADRO A1.b

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

20/05/2025 

Il corso di laurea si è dotato ad aprile 2022 di un Comitato di indirizzo, che rappresenta il collegamento del corso di laurea con il mondo del lavoro e ha lo scopo di fornire stimoli, suggerimenti e indicazioni sull'evoluzione delle professioni e su come adeguare conseguentemente le attività didattiche del corso.

Il comitato è composto da professionisti e manager provenienti dai campi della UX, del Service design, del Project management e dell'Experience marketing.

A luglio 2022 il Comitato di indirizzo si è riunito per una prima consultazione: è stato registrato l'apprezzamento per il progetto del corso di laurea e sono stati raccolti suggerimenti soprattutto in vista della consultazione delle parti sociali.

Il primo giro di consultazioni si è tenuto fra ottobre e novembre 2022. Anche in questo caso è stato registrato un grande apprezzamento del corso di laurea e sono state raccolte alcune indicazioni, sulle quali il Consiglio di corso di laurea ha lavorato, introducendo alcune modifiche che rendevano più chiari i contenuti degli insegnamenti.

Sempre a novembre 2022 il Corso ha approvato la prima versione del 'Documento di analisi della domanda di formazione', che fa un'attenta analisi delle richieste del mercato del lavoro e dell'adeguatezza della formazione offerta dal corso di laurea. Il Documento verrà aggiornato ciclicamente.

A novembre 2023 è stato realizzato (nell'ambito dell'interlocuzione con le parti sociali) uno studio di settore dedicato a una delle figure formate dal corso: l'esperto di trasformazione/innovazione digitale o, come è stato suggerito, il change management expert. I dati rilevati dallo studio hanno suggerito di potenziare i percorsi dedicati a questa figura e sono stati discussi e integrati in una successiva, approfondita discussione con il Comitato di indirizzo, che ha inoltre confermato la validità del progetto formativo generale del corso.

Fra novembre 2024 e gennaio 2025 è stata condotta una nuova consultazione delle parti sociali, questa volta (anche per ruotare il metodo di indagine) attraverso una serie di interviste approfondite a professionisti del settore. I risultati sono poi stati discussi dal Comitato di indirizzo (che ha fornito anche suoi stimoli), dal Gruppo di assicurazione della qualità del Cds e dal Consiglio di Cds. Il giro di consultazioni ha confermato il buon impianto del corso e ha portato ad alcuni suggerimenti di dettaglio per l'aggiornamento della didattica.

**Experience design manager****funzione in un contesto di lavoro:**

È un esperto nella realizzazione, gestione e verifica di progetti digitali (siti web, app, assistenti digitali, ecc.) che pongono al centro dell'attenzione l'esperienza dell'utente. È in grado sia di coordinare il progetto (project manager), sia di eseguirne compiti specifici. Per questo, deve essere in grado di lavorare e collaborare con esperti di marketing, organizzazione, ICT.

competenze associate alla funzione:

Deve essere in grado di svolgere ricerche sull'utente e sul contesto del progetto, di concepire e sviluppare la customer journey, di progettare le parti più legate agli aspetti comunicativi ed esperienziali (architettura dell'informazione, usabilità, tono di voce, look&feel), di verificarne i risultati sia dal punto di vista dell'utente che della sostenibilità economica, di interagire con le altre professionalità coinvolte nel processo (sviluppatori, grafici, creativi, ecc.).

sbocchi occupazionali:

Può lavorare sia come libero professionista, che in agenzia o all'interno di medie e grandi imprese.

Service designer**funzione in un contesto di lavoro:**

Come l'Experience design manager, realizza, gestisce e verifica progetti incentrati sull'esperienza dell'utente, ma estesi all'ambito non digitale. La focalizzazione all'utente, all'esperienza e alla progettazione di tutti gli aspetti di un processo viene infatti ampliata, in questo caso, a servizi e prodotti non necessariamente o non completamente digitali. Abbraccia l'ottica del "sistema prodotto-servizio" e quindi può essere considerato anche un Product-service system manager o un Service system manager. Può per esempio progettare un servizio della Pubblica amministrazione rivolto ai cittadini, la partecipazione di un utente a un evento, l'esperienza che un consumatore ha di un determinato prodotto.

competenze associate alla funzione:

Deve essere in grado di svolgere ricerche sull'utente e sul contesto del progetto, di concepire e sviluppare la customer journey, di progettare le parti più legate agli aspetti comunicativi ed esperienziali, di verificarne i risultati sia dal punto di vista dell'utente che della sostenibilità economica, di interagire con le altre professionalità coinvolte nel processo. Il Service designer ha inoltre una spiccata propensione all'organizzazione e gestione di sistemi complessi e una sensibilità nei confronti degli aspetti sociali e relazionali del suo intervento.

sbocchi occupazionali:

Può lavorare sia come libero professionista, che in agenzia o all'interno di medie e grandi imprese e per conto della Pubblica amministrazione centrale o locale.

Innovation and development manager**funzione in un contesto di lavoro:**

Questa figura pianifica e gestisce progetti di sviluppo all'interno dell'impresa o dell'organizzazione, anche come strumento per migliorare le performance. È un esperto della gestione razionale e scientifica dei processi gestionali e organizzativi. Si focalizza su analisi, mappatura, gestione e ottimizzazione dei processi aziendali, correlando le attività allo sviluppo dei processi decisionali in funzione degli obiettivi strategici delineati.

competenze associate alla funzione:

Conosce i principi del Project Management e ha padronanza degli approcci finalizzati alla correlazione delle attività con risorse, obiettivi e responsabilità, con particolare riferimento alla gestione delle risorse umane e della comunicazione interna, nonché al monitoraggio del tempo, dei costi e dei rischi. Sa usare software specifici per la gestione di progetti ed ha approfondito aspetti pratici anche con esercitazioni.

sbocchi occupazionali:

Può lavorare sia come libero professionista, che in società di consulenza o all'interno di medie e grandi imprese e per conto della Pubblica amministrazione.



1. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
2. Analisti e progettisti di applicazioni web - (2.1.1.4.3)
3. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)



10/02/2021

L'ammissione al Corso di laurea richiede il possesso di una laurea o di un diploma universitario di durata almeno triennale o di un titolo equivalente conseguito all'estero e riconosciuto idoneo. I requisiti curriculari previsti per l'ammissione si considerano soddisfatti nel caso lo studente abbia conseguito una laurea triennale in una delle seguenti classi (o nelle corrispondenti classi del DM 509/99):

- L8 (Ingegneria dell'informazione)
- L18 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale)
- L20 (Scienze della comunicazione)
- L31 (Scienze e tecnologie informatiche)
- L33 (Scienze economiche)

I candidati che non sono in possesso di una laurea appartenente a una di queste classi potranno essere ammessi solo se avranno conseguito almeno 36CFU complessivi nei seguenti insiemi di settori scientifico-disciplinari, così articolati:

- Almeno 6 CFU in INF/01 oppure ING-INF/05 oppure ING-IND/15 oppure ICAR/13
- Almeno 6 CFU in SECS-P/01 oppure SECS-P/06 oppure SECS-P/07 oppure SECS-P/08 oppure SECS-P/10 oppure ING-IND/35 oppure IUS/01 oppure IUS/04 oppure IUS/07 oppure IUS/09 oppure IUS/10
- Almeno 6 CFU in SPS/07 oppure SPS/08 oppure SPS/09 oppure SPS/10 oppure SPS/11 oppure L-ART/03 oppure L-ART/05 oppure L-ART/06 oppure L-FIL-LET/12 oppure L-LIN/01 oppure L-LIN/12 oppure M-FIL/02 oppure M-FIL/04 oppure M-FIL/05 oppure M-PED/03 oppure M-DEA/01 oppure M-STO/02 oppure M-STO/04 oppure M-PSI/01 oppure M-PSI/05 oppure M-PSI/06.

È infine necessario possedere una conoscenza della lingua inglese pari almeno al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER). Il regolamento didattico del Corso di laurea definisce i criteri per l'attestazione di questo livello di conoscenza linguistica.

L'ammissione avviene dopo la verifica del possesso dei requisiti curriculari e dell'adeguata preparazione personale del candidato. Questa verrà giudicata nelle modalità previste dal regolamento didattico, che potranno includere, fra gli altri criteri, il superamento di un colloquio orale e/o di una prova scritta, l'analisi dettagliata e di merito del percorso di studi precedente, un adeguato voto minimo di laurea.



20/05/2025

L'ammissione al Corso di laurea prevede il possesso di:

- 1) Requisiti curriculari
- 2) Un'adeguata preparazione personale.

Per quanto riguarda i requisiti curriculari, il candidato deve aver conseguito una laurea o un diploma di laurea di durata triennale o un titolo equivalente conseguito all'estero e riconosciuto idoneo. Il candidato, inoltre, deve rispettare almeno uno dei due requisiti seguenti:

a) La laurea di durata triennale deve essere stata conseguita in una delle seguenti classi (o nelle corrispondenti classi del DM 509/99):

- L8 (Ingegneria dell'informazione)
- L18 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale)
- L20 (Scienze della comunicazione)
- L31 (Scienze e tecnologie informatiche)
- L33 (Scienze economiche)

b) Deve aver conseguito almeno 36 CFU complessivamente nei seguenti insiemi di settori scientifico-disciplinari, così articolati:

- Almeno 6 CFU in INF/01 (Informatica) oppure ING-INF/05 (Sistemi di elaborazione delle informazioni) oppure ING-IND/15 (Disegno e metodi dell'ingegneria industriale) oppure ICAR/13 (Disegno industriale)
- Almeno 6 CFU in SECS-P/01 (Economia politica) oppure SECS-P/06 (Economia applicata) oppure SECS-P/07 (Economia aziendale) oppure SECS-P/08 (Economia e gestione delle imprese) oppure SECS-P/10 (Organizzazione aziendale) oppure ING-IND/35 (Ingegneria economico-gestionale) oppure IUS/01 (Diritto privato) oppure IUS/04 (Diritto commerciale) oppure IUS/07 (Diritto commerciale) oppure IUS/09 (Istituzioni di diritto pubblico) oppure IUS/10 (Diritto amministrativo)
- Almeno 6 CFU in SPS/07 (Sociologia generale) oppure SPS/08 (Sociologia dei processi culturali e comunicativi) oppure SPS/09 (Sociologia dei processi economici e del lavoro) oppure SPS/10 (Sociologia dell'ambiente e del territorio) oppure SPS/11 (Sociologia dei fenomeni politici) oppure L-ART/03 (Storia dell'arte contemporanea) oppure L-ART/05 (Discipline dello spettacolo) oppure L-ART/06 (Cinema, fotografia e televisione) oppure L-FIL-LET/12 (Linguistica italiana) oppure L-LIN/01 (Glottologia e linguistica) oppure L-LIN/12 (Lingua e traduzione – Lingua inglese) oppure M-FIL/02 (Logica e filosofia della scienza) oppure M-FIL/04 (Estetica) oppure M-FIL/05 (Filosofia e teoria dei linguaggi) oppure M-PED/03 (Didattica e pedagogia speciale) oppure M-DEA/01 (Discipline demioetnoantropologiche) oppure M-STO/02 (Storia moderna) oppure M-STO/04 (Storia contemporanea) oppure M-PSI/01 (Psicologia generale) oppure M-PSI/05 (Psicologia sociale) oppure M-PSI/06 (Psicologia del lavoro e delle organizzazioni).

Possono inoltre accedere al Corso di laurea i laureati presso gli ISIA, le Accademie e altri istituti AFAM, previa verifica dell'adeguatezza e della corrispondenza del piano di studi ai requisiti precedentemente elencati.

Tutti i candidati dovranno inoltre possedere una conoscenza dell'inglese pari almeno al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER). Il bando di ammissione specificherà i criteri di verifica della conoscenza dell'inglese, anche in termini di riconoscimento di certificati internazionali conseguiti con un determinato punteggio.

La preparazione personale dei candidati in possesso dei requisiti curriculari sarà verificata dal Presidente del Corso di laurea o da altri docenti di ruolo delegati attraverso l'analisi del curriculum accademico e, ove necessario, un colloquio orale.

Link: <https://backoffice.lumsa.it/sites/default/files/file/3564/2025-03/Bando%20per%20immatricolazione%20al%20CdL%20magistrale%20in%20Comunicazione%2C%20Innovazione%20ed%20experience%20design%20a.a.%202026%20%28LM%2091%29-signed.pdf> (Bando di ammissione)

 QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

02/02/2021

I laureati del Corso di studi devono essere in grado di concepire, realizzare, gestire e verificare progetti digitali e non, focalizzati sull'utente e sulla sua esperienza, e di favorire, gestire, comunicare l'innovazione in organizzazioni complesse. Si tratta di figure professionali fortemente trasversali, che uniscono conoscenze e competenze tecniche, economiche e socio-umanistiche. In particolare, devono essere in grado di:

- conoscere e comprendere i bisogni, i comportamenti e l'esperienza dell'utente per progettare il suo viaggio attraverso il prodotto o servizio (customer journey). Per farlo hanno bisogno sia di conoscere i principali modelli cognitivi applicabili all'utente, sia gli strumenti di indagine e ricerca quantitativa e qualitativa
- fare propri i principi del Design thinking, del pensiero laterale, degli approcci che favoriscono la creatività e conoscere e saper usare i principali strumenti di progettazione e tool digitali usati nell'UX e nel Service design
- comprendere, prevedere, implementare e comunicare l'innovazione. Devono essere inoltre capaci di interpretare i macroscenari sociali e intercettare i trend del momento o del futuro, al fine di valorizzare il rapporto tra i singoli progetti di innovazione e le dinamiche del cambiamento sociale, con particolare attenzione ai macro trend della digitalizzazione e della globalizzazione
- comprendere e gestire gli aspetti legati alla piacevolezza dell'esperienza, alla sua componente estetica e simbolica; i laureati dovranno quindi essere esperti dei meccanismi e degli strumenti comunicativi (verbali, visivi, ma non solo) e del concetto di brand
- comprendere il contesto e il valore economico dei progetti. Devono quindi essere in grado di analizzare il mercato, pianificare il lancio di un prodotto/servizio, verificare la sua sostenibilità economica
- conoscere le principali tecnologie informatiche e dovranno essere in grado di interagire con sistemisti, sviluppatori, grafici e altre figure professionali dell'ICT
- seguire tutti gli aspetti dell'ideazione, dello sviluppo, della gestione e della verifica di un progetto e di coordinare team multidisciplinari.

Il percorso formativo si concentra dunque su alcune aree principali: 1) Marketing e aziendale, 2) Comunicazione (discipline sociali, linguistiche e semiotiche), 3) Tecnologia.

Un primo gruppo di CFU appartenenti a settori scientifico-disciplinari caratterizzanti è rivolto a fornire conoscenze e competenze fondamentali per i ruoli che verranno ricoperti dai laureati. Sono compresi in questo gruppo insegnamenti dedicati da un lato ai concetti di esperienza d'uso, customer journey, innovazione e ai loro aspetti sociali, culturali ed economici, dall'altro alle principali tecnologie con cui i laureati di confronteranno o che sono cruciali negli ambiti in cui operano. Successivamente gli studenti affronteranno insegnamenti dedicati a metodi e tecniche specifiche della pianificazione, progettazione e comunicazione dell'innovazione e dell'esperienza.

Insieme a questi insegnamenti verranno svolte attività appartenenti a settori scientifico-disciplinari affini, volte a completare la preparazione degli studenti sia con metodi e modelli utili nei vari ambiti, sia con approfondimenti specifici. È inoltre previsto un gruppo di crediti dedicato ad altre attività utili nel mondo del lavoro e caratterizzate da un approccio applicativo, tramite laboratori e/o tirocini.

Il percorso dello studente sarà completato dal lavoro per la preparazione della prova finale, che potrà essere di natura compilativa o sperimentale, teorica o applicativa, e potrà essere integrata con attività di tirocinio. Essa permetterà allo studente di dimostrare la padronanza dei concetti e delle competenze acquisite, oltre alla sua capacità di comunicarle.

 QUADRO A4.b.1

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

Conoscenza e capacità di

Le principali conoscenze e capacità di comprensione che il corso mira a fornire sono:

comprensione	- conoscere e comprendere i bisogni, i comportamenti e l'esperienza dell'utente, anche nell'ottica della customer journey - conoscere i principali metodi della ricerca qualitativa nel campo dell'innovazione e del design dell'esperienza (teorie e metodi dell'intervista, del focus group, dell'osservazione, ecc.) - conoscere i principali metodi della ricerca quantitativa nel campo dell'innovazione e del design dell'esperienza (survey, metriche dei canali digitali, ecc.) - comprendere il significato e il funzionamento dei meccanismi di brand - comprendere il significato e il funzionamento dei meccanismi comunicativi ed estetici che costituiscono l'esperienza - conoscere i principi e le tecniche del Design thinking e degli approcci rivolti alla progettazione e alla creatività - conoscere i principi fondamentali dell'IT e comprendere le tendenze nel settore tecnologico - conoscere le dinamiche sociali legate al mutamento e all'innovazione - conoscere i principi e i metodi della User experience (architettura dell'informazione, usabilità, ecc.) - conoscere il funzionamento di organizzazioni complesse come le imprese e le dinamiche del mercato Le conoscenze e capacità di comprensione saranno acquisite principalmente attraverso: - lezioni frontali e studio su libri di testo e altro materiale didattico (anche audio-visivo) - seminari e incontri (testimonianze, workshop, ecc.) di approfondimento - il lavoro di ricerca e studio per la preparazione dell'elaborato finale La verifica relativa a queste attività avverrà, a seconda dei casi, tramite esami di profitto, valutazione di esercitazioni laboratoriali o di relazioni su incontri e seminari, valutazione della prova finale, sulla base dei criteri stabiliti dall'ordinamento e dal regolamento del corso di laurea.	
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Le principali capacità di applicare conoscenza e comprensione che il corso mira a fornire sono: - capacità di progettare l'esperienza dell'utente e il suo viaggio attraverso il prodotto o servizio (customer journey) - capacità di realizzare ricerche quali-quantitative sull'utente - capacità di analizzare i meccanismi della comunicazione attraverso diversi canali (verbali, visivi, ma non solo), anche nei suoi aspetti linguistici, semiotici ed estetici - capacità di usare i principi e le tecniche dell'experience writing - capacità di usare gli strumenti (digitali e non) necessari alle attività di progettazione e gestione - capacità di dialogare con gli esperti IT (sviluppatori, sistemisti, ecc.) - capacità di condurre test e verifiche nel settore della User experience - capacità di valutare la performance di un'impresa o di prodotti e servizi, in tutti i suoi aspetti - capacità di coordinare e gestire progetti complessi Le capacità di applicare conoscenze e comprensione saranno acquisite principalmente attraverso: - lezioni frontali e materiale didattico (anche audio-video), nella parte applicativa degli insegnamenti del piano di studi - laboratori e project work previsti dal piano di studi - seminari e incontri dedicati allo sviluppo delle capacità applicative (workshop, atelier di progettazione, ecc.) - eventuali tirocini - l'eventuale parte applicativa e/o sperimentale dell'elaborato finale La verifica relativa a queste attività avverrà, a seconda dei casi, tramite esami di profitto, valutazione di esercitazioni laboratoriali o di relazioni su incontri, seminari e tirocini, valutazione della prova finale, sulla base dei criteri stabiliti dall'ordinamento e dal regolamento del corso di laurea.	

Area marketing e aziendale

Conoscenza e comprensione

- Comprendere i principali approcci strategici del marketing
- Comprendere la componente comportamentale del consumatore
- Comprendere i processi che consentono all'organizzazione di strutturare le proprie dinamiche attorno alle esigenze del cliente/utente

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Condurre autonomamente analisi strutturate, sia sui bisogni dell'utente che verso il proprio ambiente di riferimento
- Schematizzare concettualmente i processi usando tecniche e tool di project management e di analisi organizzativa
- Definire ruoli, tempi e attività dei processi
- Sviluppare specifici indicatori di misurazione per favorire l'analisi della performance e il raggiungimento dei target

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

EXPERIENCE MARKETING [url](#)

EXPERIENCE MARKETING (I PARTE) (*modulo di EXPERIENCE MARKETING*) [url](#)

EXPERIENCE MARKETING (II PARTE) (*modulo di EXPERIENCE MARKETING*) [url](#)

METODI QUANTITATIVI PER LA RICERCA SULL'UTENTE [url](#)

PERFORMANCE MANAGEMENT E VALUTAZIONE DELLA SOSTENIBILITA' [url](#)

PROJECT MANAGEMENT E SVILUPPO DEI PROCESSI AZIENDALI [url](#)

PROJECT WORK: ATELIER DI USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN [url](#)

PROJECT WORK: USER RESEARCH [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN (I PARTE) (*modulo di USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN*) [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN (II PARTE) (*modulo di USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN*) [url](#)

Area comunicazione

Conoscenza e comprensione

Conoscenze e competenze

- Conoscere approfonditamente il campo del trend setting
- Conoscere approfonditamente i modi in cui l'innovazione tecnologia ha mutato le relazioni tra utenti e organizzazioni complesse, in ottica di system dynamics
- Comprendere e interpretare i processi socio-culturali
- Comprendere le relazioni fra esigenze di comunicazione delle organizzazioni e nuove tecnologie
- Comprendere i linguaggi e la dimensione esperienziale del consumo e del design
- Comprendere come lo sviluppo tecnologico influenza le relazioni interne ed esterne dell'impresa
- Conoscere i meccanismi e i modelli della comunicazione organizzativa dell'innovazione

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Condurre autonomamente analisi qualitative e quantitative preliminari alla progettazione
- Sviluppare un'architettura del servizio o dell'esperienza sulla base delle tendenze sociali, anticipando i mutamenti
- Sviluppare contenuti multimediali, attraverso linguaggi specifici, anche visivi

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CMS E LINGUAGGI DEL WEB [url](#)

COMUNICAZIONE PER L'INNOVAZIONE [url](#)

DESIGN THINKING [url](#)

LABORATORIO: ADVANCED BUSINESS ENGLISH [url](#)

LINGUISTICA ITALIANA, INTELLIGENZA ARTIFICIALE E PROMPT DESIGN [url](#)

METODI QUANTITATIVI PER LA RICERCA SULL'UTENTE [url](#)

PROJECT WORK: ATELIER DI USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN [url](#)

PROJECT WORK: DIGITAL E VISUAL STORYTELLING [url](#)

PROJECT WORK: GAME DESIGN [url](#)

PROJECT WORK: SCRITTURA E NARRAZIONE AZIENDALE [url](#)

PROJECT WORK: USER RESEARCH [url](#)

TEOLOGIA: ETICA SOCIALE [url](#)

TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE [url](#)

TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE (I PARTE) (*modulo di TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE*) [url](#)

TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE (II PARTE) (*modulo di TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE*) [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN (I PARTE) (*modulo di USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN*) [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN (II PARTE) (*modulo di USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN*) [url](#)

Area tecnologica

Conoscenza e comprensione

- Conoscere le principali innovazioni tecnologiche e i principali strumenti operativi
- Conoscere i principali linguaggi e tool applicati all'organizzazione
- Conoscere i principali linguaggi e tool usati nel web e nelle app
- Conoscere i principi dell'architettura dell'informazione, dell'usabilità e delle UI (user interfaces)
- Comprendere come la tecnologia contribuisce, se integrata con i processi interni ed esterni, a facilitare le relazioni

- Comprendere come la tecnologia contribuisca al design dell'esperienza e del servizio
- Comprendere come assicurare i dovuti standard di sicurezza e tutela giuridica

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Usare i principali linguaggi e software per la realizzazione di interfacce e strumenti rivolti al servizio e all'esperienza dell'utente
- Valutare, con specifici strumenti e analisi, i contesti iniziali del progetto e i loro punti di forza e di debolezza
- Sviluppare e gestire processi di upgrade, sviluppo e innovazione, anche attraverso la creatività

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CMS E LINGUAGGI DEL WEB [url](#)

LINGUISTICA ITALIANA, INTELLIGENZA ARTIFICIALE E PROMPT DESIGN [url](#)

PROJECT MANAGEMENT E SVILUPPO DEI PROCESSI AZIENDALI [url](#)

PROJECT WORK: ATELIER DI USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN [url](#)

TECNOLOGIE AVANZATE PER L'INNOVAZIONE E L'ESPERIENZA [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN (I PARTE) (modulo di USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN) [url](#)

USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN (II PARTE) (modulo di USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN) [url](#)

 QUADRO A4.c	Autonomia di giudizio Abilità comunicative Capacità di apprendimento
Autonomia di giudizio	I laureati dovranno essere in grado di: - valutare la significatività e l'importanza di fenomeni sociali e tendenze tecnologiche - prendere decisioni relative a progetti e alla gestione di gruppi di lavoro. L'autonomia di giudizio sarà acquisita principalmente attraverso gli insegnamenti previsti dal piano di studi e le relative prove d'esame e attraverso le attività applicative, individuali e di gruppo, all'interno sia degli insegnamenti che dei laboratori. Inoltre, l'autonomia di giudizio – sia teorico che applicativo – sarà evidenziata dal lavoro svolto per la prova finale. Queste attività verranno valutate, secondo criteri chiaramente definiti dai programmi degli insegnamenti e dei laboratori, attraverso esami di profitto o la valutazione di esercitazioni laboratoriali o di relazioni sulle attività stesse. La prova finale verrà valutata sulla base di quanto previsto dall'ordinamento e dal regolamento.
Abilità comunicative	I laureati dovranno essere in grado di: - comprendere e usare i principali linguaggi tecnici del settore (UX e service design, ICT, project management) - usare l'italiano, nelle sue varietà, in modo corretto ed efficace nelle comunicazioni e presentazioni orali e scritte e con particolare riferimento al trasmesso - comunicare efficacemente in inglese, tenendo in considerazione le specificità del settore ed essere in grado di operare in un contesto internazionale - avere capacità di negoziazione, in particolare con riferimento all'innovazione - usare in modo avanzato le principali tecnologie di comunicazione digitale - possedere le soft skills necessarie a lavorare in gruppo e a coordinare colleghi e collaboratori. Le abilità comunicative verranno acquisite e dimostrate sia nella preparazione delle prove d'esame, sia nella presentazione della prova finale, sia nelle attività applicative (all'interno degli insegnamenti o dei laboratori). Queste, in particolare, potranno essere svolte anche in gruppo, in modo da sviluppare le capacità di team working e tutti i soft skills collegati. Le capacità di comunicare in inglese in modo efficace saranno sviluppate o rafforzate attraverso specifiche attività all'interno del piano di studi. Queste attività verranno valutate, secondo criteri chiaramente definiti dai programmi degli insegnamenti e dei laboratori, attraverso esami di profitto o la valutazione di esercitazioni laboratoriali o di relazioni sulle attività stesse. La prova finale verrà valutata sulla base di quanto previsto dall'ordinamento e dal regolamento.

Capacità di apprendimento

I laureati dovranno essere in grado di:

- approfondire in modo autonomo, sia in italiano che in inglese, lo studio di temi, metodi e strumenti pertinenti al settore
- comprendere le tendenze tecnologiche, comunicative e sociali del settore e realizzare conseguentemente un percorso di formazione continua.

Le capacità di apprendimento saranno sviluppate sia grazie alle lezioni frontali e al supporto dei docenti di insegnamenti e laboratori, sia – successivamente – attraverso lo studio autonomo e le attività applicative individuali e di gruppo. La prova finale rappresenterà in tal senso il completamento di un percorso di acquisizione della capacità di condurre autonomamente un lavoro di ricerca e analisi individuale, anche se sotto la guida di un supervisore.

Queste attività verranno valutate, secondo criteri chiaramente definiti dai programmi degli insegnamenti e dei laboratori, attraverso esami di profitto o la valutazione di esercitazioni laboratoriali o di relazioni sulle attività stesse. La prova finale verrà valutata sulla base di quanto previsto dall'ordinamento e dal regolamento.

**QUADRO A4.d****Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

15/11/2024

Le attività affini hanno lo scopo di completare la preparazione degli studenti, dotandoli di conoscenze e competenze utili allo svolgimento della loro attività professionale. Le figure professionali formate dal corso possono essere inserite in posizioni trasversali e inserite in contesti fortemente innovativi, in cui è difficile prevedere in modo stabile gli scenari futuri. Si possono tuttavia delineare alcune aree generali, quali per esempio quella della creazione e della progettazione di nuove idee di prodotti/servizi, sia dal punto di vista tecnico che metodologico; quella dello sviluppo di progetti non rivolti al mercato (settore pubblico, impatto sociale, accessibilità, ecc.); quella della ricerca utente o di mercato; quella della gestione dei progetti (anche negli aspetti realizzativi e tecnologici) e delle risorse, con riferimento anche alle DevOps e al settore del DesignOps; quella del design delle organizzazioni, con particolare riferimento ai processi e alle policies emergenti nelle organizzazioni resilienti; quella delle tecnologie digitali e della comunicazione per l'erogazione di servizi, la produzione, l'analisi di dati (qualitativi e quantitativi), l'intervento nella società e nel tessuto urbano; quella della realizzazione di touchpoint human-machine (no code, low code, coding); quella della creazione di contenuti e di strategie per diffonderli; quella dell'impiego delle tecnologie avanzate per il benessere della persona, anche alla luce delle nuove tecnologie emergenti (artificial intelligence e machine learning, realtà virtuale, blockchain, 5G, cloud ed edge computing ecc.); quella dello sviluppo di idee e progetti legati alla sostenibilità e all'innovazione; e, in generale, quella della trasformazione/transizione digitale.

**QUADRO A5.a****Caratteristiche della prova finale**

29/12/2020

La Laurea Magistrale si consegue previo superamento di una prova finale, che consiste nella presentazione e discussione di una tesi originale elaborata dallo studente sotto la guida di un relatore, nell'ambito di uno dei settori scientifico-disciplinari presenti nell'ordinamento del Corso di Laurea e nel quale lo studente abbia conseguito crediti. Parte dello svolgimento della prova finale può avvenire all'interno di un'attività di stage o tirocinio.

Con la tesi, il candidato dovrà comprovare la capacità di svolgere con metodologia adeguata una ricerca originale, padroneggiando efficacemente la bibliografia specifica. Le modalità per la determinazione e la preparazione dell'argomento della tesi, per la scelta del relatore, per lo svolgimento di parte della prova finale all'interno di un'attività di stage o tirocinio, nonché per la relativa discussione dinanzi ad una Commissione sono fissate nel Regolamento del corso di Laurea Magistrale e/o secondo le linee stabilite dal Consiglio di Dipartimento o dall'Ateneo.

**QUADRO A5.b****Modalità di svolgimento della prova finale**

20/05/2025

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.

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.

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 nel corso degli anni previsti dal piano degli studi; 1 punto per coloro che abbiano partecipato con profitto al Programma Erasmus, a condizione che abbiano acquisito CFU. Ulteriori informazioni sul punteggio aggiuntivo sono disponibili sul sito di Ateneo. 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.

Link: <https://lumsa.it/it/tesi-di-laurea-lm-91> (Linee guida, template e altre informazioni per la tesi di laurea - Cds LM91)



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Link: <https://backoffice.lumsa.it/sites/default/files/file/3564/2025-03/LM91%20-%20REGOLAMENTO%20DIDATTICO%202025%20-%202026%20%28agg.%203%20MARZO%202025%29.pdf>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://lumsa.it/it/calendario-accademico-e-date-da-ricordare>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://lumsa.it/it/calendario-degli-esami-scienze-umane>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://lumsa.it/it/tesi-di-laurea-lm-91>

▶ 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	CMS E LINGUAGGI DEL WEB link	SCALABRIN TIZIANA		12	80	
2.	M-PED/03	Anno di corso 1	DESIGN THINKING link	CINQUE MARIA	PO	6	40	
3.	SECS-P/08	Anno di corso 1	EXPERIENCE MARKETING link			9		
4.	SECS-P/08	Anno di corso 1	EXPERIENCE MARKETING (I PARTE) (modulo di EXPERIENCE MARKETING) link	IASEVOLI GENNARO CV	PO	6	40	
5.	SECS-P/08	Anno di corso 1	EXPERIENCE MARKETING (II PARTE) (modulo di EXPERIENCE MARKETING) link	SAPORI VALENTINA		3	20	

6.	SPS/07	Anno di corso 1	METODI QUANTITATIVI PER LA RICERCA SULL'UTENTE link	SPINELLO ANDREA ORAZIO	ID	6	40	
7.	ING-INF/05	Anno di corso 1	PROJECT MANAGEMENT E SVILUPPO DEI PROCESSI AZIENDALI link	LAMA LEOPOLDO	ID	6	40	
8.	ING-INF/05	Anno di corso 1	TECNOLOGIE AVANZATE PER L'INNOVAZIONE E L'ESPERIENZA link	BENEDETTI DANILO		6	40	
9.	SPS/07	Anno di corso 1	TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE link			9		
10.	SPS/07	Anno di corso 1	TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE (I PARTE) (<i>modulo di TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE</i>) link	CORRADI CONSUELO CV	PO	6	45	
11.	SPS/07	Anno di corso 1	TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE (II PARTE) (<i>modulo di TEORIE E TENDENZE DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE</i>) link	DONATO STELLAMARINA CV	RD	3	15	
12.	M-FIL/05	Anno di corso 1	USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN link			12		
13.	M-FIL/05	Anno di corso 1	USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN (I PARTE) (<i>modulo di USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN</i>) link	POLIDORO PIERO CV	PO	9	50	
14.	M-FIL/05	Anno di corso 1	USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN (II PARTE) (<i>modulo di USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN</i>) link	CAPORALE ANDREA		3	30	
15.	SPS/08	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE PER L'INNOVAZIONE link			9		
16.	L-LIN/12	Anno di corso 2	LABORATORIO: ADVANCED BUSINESS ENGLISH link			3		
17.	L-FIL-LET/12	Anno di corso 2	LINGUISTICA ITALIANA, INTELLIGENZA ARTIFICIALE E PROMPT DESIGN link			6		
18.	SECS-P/07	Anno di corso 2	PERFORMANCE MANAGEMENT E VALUTAZIONE DELLA SOSTENIBILITA' link			9		
19.	M-FIL/05	Anno di corso 2	PROJECT WORK: ATELIER DI USER EXPERIENCE E SERVICE DESIGN link			3		
20.	L-ART/06	Anno di corso 2	PROJECT WORK: DIGITAL E VISUAL STORYTELLING link			3		
21.	SPS/08	Anno	PROJECT WORK: GAME DESIGN link			3		

		di corso 2						
22.	L-FIL- LET/12	Anno di corso 2	PROJECT WORK: SCRITTURA E NARRAZIONE AZIENDALE link				3	
23.	SPS/07	Anno di corso 2	PROJECT WORK: USER RESEARCH link				3	
24.	PROFIN_S	Anno di corso 2	PROVA FINALE link				12	
25.	NN	Anno di corso 2	STAGE - 100 ORE link				3	
26.	NN	Anno di corso 2	STAGE - 400 ORE link				6	
27.	NN	Anno di corso 2	TEOLOGIA: ETICA SOCIALE link				6	



QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Virtual tour della sede del Dipartimento (ospita parte delle aule)

Link inserito: <https://my.matterport.com/show/?m=FbgzZCsk96g>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule e relativa capacità



QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Laboratori



QUADRO B4

Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sale studio



QUADRO B4

Biblioteche

Pdf inserito: [visualizza](#)

► QUADRO B5

Orientamento in ingresso

23/05/2025

L'Ufficio Orientamento è il primo contatto con la LUMSA per ottenere informazioni.

Per favorire un dialogo sempre più partecipativo con i giovani interessati a proseguire gli studi universitari sono a disposizione diverse modalità di contatto.

Interviste individuali anche via Skype Chat e Meet: lo studente analizza i suoi interessi e approfondisce le motivazioni della sua scelta. Viene informato sull'offerta dei corsi di studio LUMSA e riceve materiale per ulteriori approfondimenti.

Incontri con gli studenti presso le sedi: gli studenti possono vivere la giornata-tipo dello studente magistrale. Si assiste alle lezioni dei corsi e si partecipa a varie attività formative. Gli studenti possono concordare la presenza in sede rivolgendosi all'Ufficio Orientamento. Le date di questi incontri è da definire secondo le richieste pervenute (data/ora/dipartimenti/partecipanti).

Colloqui con i docenti referenti: i docenti referenti sono a disposizione degli interessati per approfondire gli aspetti didattici e di contenuto del corso di laurea.

Descrizione link: Area orientamento - Sito web di Ateneo

Link inserito: <https://lumsa.it/it/orientamento>

► QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

23/05/2025

Oltre alle attività specifiche gestite dall'Ufficio Orientamento (http://www.lumsa.it/entra_orient_itinere), competente anche per il periodo in itinere, i docenti del corso sono disponibili per il servizio di tutorato in itinere secondo le modalità che saranno stabilite dal corso di laurea.

I bandi per il servizio specifico di tutorato sono disposti annualmente dal Consiglio di Amministrazione nell'ambito dei programmi di diritto allo studio.

Per il Corso di studi sono disponibili i tutor afferenti al Dipartimento di Scienze Umane.

Durante le attività didattiche, inoltre, vengono organizzati incontri con professionisti e aziende. Lo scopo non è solo quello formativo (attraverso lezioni frontali, workshop, ecc.), ma anche quello relativo all'orientamento. Alcuni di questi incontri, infatti, prendono la forma di presentazioni aziendali, durante le quali gli studenti possono conoscere più da vicino i ruoli e le professioni del settore.

Descrizione link: Elenco dei tutor del Corso di studi

Link inserito: <https://lumsa.it/it/corsi/comunicazione-innovazione-experience-design>

► QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

23/05/2025

L'apposito ufficio di Ateneo si occupa del coordinamento e della gestione dei flussi di domanda e offerta di tirocini curriculari ed extracurriculari per gli studenti e i laureati LUMSA.

L'Ufficio gestisce i rapporti con i soggetti ospitanti (Istituzioni, Enti pubblici e privati, Società di pubblico interesse e Aziende operanti in vari settori) per la stipula della Convenzione di Tirocinio di Formazione ed Orientamento e per la stesura dei documenti necessari allo svolgimento dei tirocini.

A tale proposito, sono attualmente disponibili più di 2000 convenzioni con Enti, Istituzioni e Aziende.

I tirocini curriculari sono fruibili dagli studenti regolarmente iscritti. I tirocini extracurriculari, in base alle normative regionali, sono fruibili esclusivamente dai laureati.

L'esperienza pratica, in ogni caso, ha come obiettivo la formazione e l'orientamento al fine di agevolare le scelte professionali attraverso la conoscenza diretta del mondo del lavoro.

Descrizione link: Ufficio Stage e tirocini

Link inserito: <https://lumsa.it/it/orientamento-lavoro-stage-e-tirocini>

► QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o

multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

L'Ateneo è inserito nei programmi comunitari di mobilità studentesca indicati nelle pagine dedicate del sito internet, gestite dall'Ufficio di Ateneo competente.

Descrizione link: Informazioni sulla mobilità internazionale degli studenti - Portale di Ateneo

Link inserito: <https://umsa.it/it/esperienze-estero-international>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Belgio	HAUTE ECOLE LUCIA DE BROUCKERE		01/10/2022	solo italiano
2	Belgio	UNIVERSITE DE NAMUR		01/10/2022	solo italiano
3	Bulgaria	NEW BULGARIAN UNIVERSITY		01/10/2022	solo italiano
4	Croazia	ALGEBRA UNIVERSITY COLLEGE		01/10/2022	solo italiano
5	Croazia	CATHOLIC UNIVERSITY OF CROATIA, ZAGREB		01/10/2022	solo italiano
6	Danimarca	ZEELAND INSTITUTE OF BUSINESS & TECHNOLOGY		08/02/2025	solo italiano
7	Finlandia	UNIVERSITY OF VASA		01/10/2022	solo italiano
8	Francia	ISCOM, PARIS		01/10/2022	solo italiano
9	Francia	UNIVERSITE DE LILLE		01/10/2022	solo italiano
10	Francia	UNIVERSITE DE POITIERS		01/10/2022	solo italiano
11	Francia	UNIVERSITE DE TOULON		01/10/2022	solo italiano
12	Francia	UNIVERSITE' CATHOLIQUE DE LYON		01/10/2022	solo italiano
13	Francia	UNIVERSITÄ CATHOLIQUE DE LILLE		01/10/2022	solo italiano
14	Francia	UNIVERSITÄ EFAP PARIS		01/10/2022	solo italiano
15	Germania	TECHNISCHE UNIVERSITÄT DRESDEN		01/10/2022	solo italiano
16	Lituania	KAZIMIERAS SIMONAVICIUS UNIVERSITY, VILNIUS		25/03/2025	solo italiano
17	Lituania	VILNIUS UNIVERSITY		01/10/2022	solo italiano
18	Polonia	COLLEGIUM CIVITAS		01/10/2022	solo italiano
19	Polonia	JESUIT UNIVERSITY IGNATIANUM		01/10/2022	solo italiano
20	Polonia	THE PONTIFICAL UNIVERSITY OF JOHN PAUL II IN KRAKOW		01/10/2024	solo italiano
21	Polonia	UNIVERSITY OF BIALYSTOCK		01/10/2022	solo italiano
22	Portogallo	IPAM INSTITUTO PORTUGES DE ADMINISTRACAO DE MARKETING - LISBOA		01/10/2022	solo italiano
23	Portogallo	IPAM INSTITUTO PORTUGES DE ADMINISTRACAO DE MARKETING - PORTO		01/10/2022	solo italiano
24	Portogallo	UNIVERSIDADE CATOLICA PORTUGUESA		01/10/2022	solo italiano
25	Portogallo	UNIVERSIDADE DE COIMBRA		01/10/2022	solo italiano
26	Portogallo	UNIVERSIDADE DE LISBOA		01/10/2022	solo italiano
27	Portogallo	UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA		01/10/2022	solo italiano
28	Portogallo	UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA		01/10/2022	solo italiano
29	Regno Unito	GLASGOW UNIVERSITY CALEDONIAN		01/10/2022	solo italiano
30	Repubblica Ceca	PALACKY UNIVERSITY OLOMOUC		01/10/2022	solo italiano
31	Spagna	ESCUELA SUPERIOR DE TURISMO IRIARTE, TENERIFE		01/10/2022	solo italiano
32	Spagna	UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA CAMPUS DI MONCADA		01/10/2022	solo italiano
33	Spagna	UNIVERSIDAD CARLOS III		01/10/2022	solo italiano
34	Spagna	UNIVERSIDAD CATOLICA SAN ANTONIO DE MURCIA		01/10/2022	solo italiano

35	Spagna	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE	01/10/2022	solo italiano
36	Spagna	UNIVERSIDAD DE ALICANTE	01/10/2022	solo italiano
37	Spagna	UNIVERSIDAD DE DEUSTO, BILBAO	01/10/2022	solo italiano
38	Spagna	UNIVERSIDAD DE GRANADA	01/10/2022	solo italiano
39	Spagna	UNIVERSIDAD DE MALAGA	01/10/2022	solo italiano
40	Spagna	UNIVERSIDAD DE SEVILLA	01/10/2022	solo italiano
41	Spagna	UNIVERSIDAD DE VIGO	01/10/2022	solo italiano
42	Spagna	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA	01/10/2022	solo italiano
43	Spagna	UNIVERSIDAD MIGUEL HERNANDEZ DE ELCHE	01/10/2022	solo italiano
44	Spagna	UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA	01/10/2022	solo italiano
45	Spagna	UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS	01/10/2022	solo italiano
46	Spagna	UNIVERSIDAD SAN PABLO CEU	01/10/2022	solo italiano
47	Spagna	UNIVERSIDAD VILLANUEVA, MADRID	01/10/2022	solo italiano
48	Spagna	UNIVERSITAT ABAT OLIBA CEU	01/10/2022	solo italiano
49	Spagna	UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA	01/10/2022	solo italiano
50	Spagna	UNIVERSITAT DE BARCELONA	01/10/2022	solo italiano
51	Spagna	UNIVERSITAT DE VALENCIA	01/10/2022	solo italiano
52	Spagna	UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA	01/10/2022	solo italiano
53	Svezia	KARLSTADS UNIVERSITET	01/10/2022	solo italiano



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

23/05/2025

L'Ateneo partecipa ai programmi nazionali e internazionali del settore, gestiti dall'apposito ufficio che opera da diversi anni. Tra questi progetti si segnalano l'adesione al Consorzio SOUL e alle iniziative promosse dall'ANPAL e da ALMALAUREA.

Tra le attività organizzate ogni anno si segnala il Career Day, con la presenza di numerosi enti e imprese, durante il quale gli studenti hanno la possibilità di sostenere colloqui selettivi e di candidarsi alle posizioni aperte.

Per l'orientamento al lavoro è in essere il progetto "Lumsa Talent Academy", realizzato dalla LUMSA in partnership con Manpower, agenzia per il lavoro tra le più prestigiose al mondo. La partecipazione a tale iniziativa rappresenta una valida opportunità per la redazione del proprio CV, per analizzare i trend professionali e le previsioni occupazionali e per scoprire le migliori strategie per promuoversi nel mercato del lavoro.

Il progetto consta di due attività principali:

- Job Corner, servizio costantemente presente presso gli spazi dell'Ateneo per fornire informazioni sempre aggiornate sulle opportunità di lavoro.
- Talent days, intere giornate di orientamento che coinvolgono circa un centinaio di partecipanti. L'obiettivo è quello di dare agli studenti maggiore consapevolezza del mondo del lavoro, delle competenze e delle soft-skill più richieste, approfondendo le opportunità professionali attuali e promuovendo una cultura del lavoro.

All'interno della LUMSA Talent Academy, ha preso vita il progetto LUMSA4JOB, finalizzato ad agevolare laureandi e laureati nella ricerca di un impiego in vista o in occasione del termine del percorso di studi. In particolare, si tratta di colloqui one-to-one con consulenti del gruppo Manpower, volti alla costruzione di un percorso di carriera del candidato, in base alle proprie aspettative professionali.

Inoltre, l'Ateneo ha stretto recentemente una partnership con Jobiri, la nuova piattaforma di recruitment nata per agevolare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro/tirocinio. Infatti, accedendo alla piattaforma, sono disponibili, sia per le aziende che per i laureandi/laureati, diverse funzioni utili per la ricerca di profili da un lato, per la preparazione ai primi colloqui e per candidarsi alle offerte di lavoro dall'altro, con il costante supporto del personale LUMSA, laddove richiesto.

Link inserito: <https://lumsa.it/it/orientamento-lavoro-stage-e-tirocini>



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

23/05/2025

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Informazioni sulle altre iniziative di Ateneo

▶ QUADRO B6

Opinioni studenti

L'opinione degli studenti sui singoli insegnamenti viene rilevata attraverso un questionario online obbligatorio (è infatti necessario compilarlo per potersi iscrivere all'esame). Il Presidente del corso di laurea ricorda agli studenti, durante ogni semestre, di compilare i questionari per tempo, con attenzione e coscienza. I questionari sono infatti un importante strumento per migliorare costantemente l'esperienza degli studenti e il valore didattico del corso di laurea. I risultati aggregati per l'intero corso di laurea sono disponibili attraverso il portale Valstat dell'Ateneo e vengono discussi in Consiglio di Corso di laurea. Il tasso complessivo di soddisfazione rilevato più di recente (relativo al I semestre 2024-2025) è pari al 94,89%.

20/05/2025

Descrizione link: Portale Valstat

Link inserito: https://valstat.lumsa.it/?page_id=73&cds_cod=R110/07&dip_des=Scienze%20Umane%20-%20Comunicazione,%20Formazione,%20Psicologia&dip_cod=110&cds_des=COMUNICAZIONE,%20INNOVAZIONE%20ED%20EXPERIENCE%20DESIGN&aa

▶ QUADRO B7

Opinioni dei laureati

Il primo report sull'opinione dei laureati disponibile è quello della tarda primavera 2025. Il 90% degli studenti è soddisfatto del rapporto con i docenti e l'87,5% del corso di laurea in generale.

20/05/2025



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Il Corso di studi ha registrato 21 iscrizioni nel 2021/2022 (suo primo anno di attività), 40 nel 2022/2023 e 39 nel 2023/2024, dati che sono superiori o in linea con le medie di riferimento. Nel 2024/2025 c'è stata una crescita delle iscrizioni, che sono arrivate a 48. Si tratta di un corso molto attrattivo, visto che l'attrattività è attorno o superiore al 60%, dati in linea o migliori rispetto alle medie di riferimento.

La regolarità degli studi è forte: a dicembre 2024 l'indicatore dei CFU conseguiti al primo anno rispetto a quelli programmati era del 102% (contro medie di riferimento fra l'80% e il 94%) e il 94,7% degli studenti del primo anno aveva proseguito al secondo anno avendo conseguito almeno 40 CFU.

La percentuale di laureati entro la durata normale del corso è del 93,3% (in termini assoluti 14 su 15 laureati).

20/05/2025



QUADRO C2

Efficacia Esterna

Il corso è stato attivato nell'A.A. 2021-2022 e quindi i primi dati AlmaLaurea sono arrivati nella tarda primavera del 2025. Visto che le iscrizioni del primo anno erano solo 21 e c'è un normale tasso di mancata risposta da parte dei laureati, le interviste raccolte sono state solo 11, poche per una rappresentatività.

20/05/2025



QUADRO C3

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

Riguardo ai tirocini, sono disponibili due tipi di dati.

Uno riguarda il numero e il tipo di tirocini svolti dagli studenti che nell'A.A. 2024-2025 si trovano al secondo anno (quindi laureande e laureandi).

Dei 34 studenti attivi, 22 hanno fatto tirocini curriculari (65%), 4 (11,7%) hanno chiesto il riconoscimento di attività lavorative pertinenti e certificate (al momento un riconoscimento è ancora in corso), 1 (3%) sta svolgendo un'attività all'interno dell'Erasmus x Traineeship, 1 (3%) ha iniziato un tirocinio extra-curriculare avendo già completato i crediti richiesti. In tutto, quindi, 28 studenti su 34 (82,3%) hanno svolto attività lavorative o di tirocinio. Dei 22 tirocinanti curriculari, 2 hanno svolto il tirocinio da almeno 150 ore (3 CFU) e 20 hanno svolto quello da almeno 400 ore (6 CFU).

Il secondo tipo di dato riguarda i questionari di valutazione dei tirocini relativi all'A.A. 2023-2024. Sono stati raccolti 18 questionari dalle aziende che hanno ospitato i tirocinanti e il 100% ha ritenuto che i risultati del tirocinio siano stati pienamente conseguiti; 17 (94%) si ritengono pienamente soddisfatte, 1 (6%) abbastanza soddisfatta, mentre non ci sono giudizi negativi.

29/05/2025

