

Università degli Studi di FIRENZE
Ordinamento didattico
del Corso di Laurea Magistrale
in STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA
D.M. 22/10/2004, n. 270

Regolamento didattico - anno accademico 2012/2013

ART. 1 Premessa

Denominazione del corso	STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA
Denominazione del corso in inglese	PUBLIC AND POLITICAL COMMUNICATION STRATEGIES
Classe	LM-59 Classe delle lauree magistrali in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Facoltà di riferimento	SCIENZE POLITICHE
Altre Facoltà	
Dipartimento di riferimento	Scienze Politiche e Sociali
Altri Dipartimenti	
Durata normale	2
Crediti	120
Titolo rilasciato	Laurea Magistrale in STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA
Titolo congiunto	No
Atenei convenzionati	
Doppio titolo	
Modalità didattica	Convenzionale
Sede amministrativa	
Sedi didattiche	
Indirizzo internet	http://www.unifi.it/clmcos/mdswitch.html
Ulteriori informazioni	
Il corso è	trasformazione di 1037-06 COMUNICAZIONE STRATEGICA (cod 35575)
Data di attivazione	
Data DM di approvazione	
Data DR di approvazione	
Data di approvazione del consiglio di facoltà	19/04/2012

Data di approvazione del senato accademico	09/05/2012
Data parere nucleo	21/01/2008
Data parere Comitato reg. Coordinamento	
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	02/12/2011
Massimo numero di crediti riconoscibili	12
Corsi della medesima classe	COMUNICAZIONE STRATEGICA
Numero del gruppo di affinità	

ART. 2 Criteri seguiti nella trasformazione del corso da ordinamento 509 a 270 (DM 31 ottobre 2007, n.544, allegato C)

Il corso, attivato nell'a.a.2005-06, ha un buon numero di iscritti provenienti solo in parte minoritaria dalla nostra Facoltà. L'Università di Firenze è impegnata tramite il master "Comunicazione e Media" nel programma europeo ERASMUS MUNDUS, oggi al IV anno di attività, ed è l'istituzione coordinatrice di CoMUNDUS. In previsione di una successful application per il secondo ciclo quinquennale di ERASMUS MUNDUS è parso opportuno ripensare l'ordinamento e il piano degli studi della Magistrale in modo che essa diventi un polo di eccellenza nel contesto dell'offerta formativa europea di livello Master. La "nuova" Comunicazione Strategica contiene elementi distintivi: un I anno con una formazione obbligatoria in due semestri, ciascuno con 5 corsi di 6 cfu; gli insegnamenti del I semestre saranno gli stessi del Master; un II anno con una formazione articolata in 2 orientamenti formativi, in 2 semestri differenziati. Il I semestre offre 2 insegnamenti obbligatori e 3 insegnamenti scelti da 2 diversi elenchi di opzionali. Il II offre laboratori (8 cfu) per entrambi gli orientamenti e uno stage (12 cfu) per gli allievi dell'orientamento professionale (con tesi progetto di 10 cfu). L'orientamento di ricerca prevede una "tesi di ricerca" (22 cfu). Osservando le denominazioni degli insegnamenti e i loro contenuti si potrà, dunque, comprendere che l'offerta formativa è orientata sia al contesto internazionale sia all'interdipendenza tra le teorie e le pratiche.

ULTERIORI MODIFICHE

La revisione dell'ordinamento è opportuna per concentrare maggiormente il percorso formativo sulla comunicazione nelle istituzioni e nella politica. In particolare, il I anno prevede una formazione obbligatoria con 4 corsi da 9 CFU e 2 da 6 CFU nelle aree sociologica, politologica e demografica; il II anno offre insegnamenti nell'area sociologica e politologica (per un totale di 15 CFU), in quella storica, giuridica e linguistica (per un totale di 24 CFU). Il totale degli esami previsti è 12.

ART. 3 Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il Corso è la trasformazione di un precedente Corso con lo stesso nome.

La lista di professioni a cui il Corso prepara appare forse troppo ampia.

In generale, gli ambiti caratterizzanti non sono selettivi rispetto alla tabella ministeriale:

partono dal minimo ministeriale e comprendono tutti i SSD della tabella. Mentre però nei caratterizzanti l'ampiezza di intervallo è contenuta, questa appare molto ampia nelle attività affini e integrative, che prevedono, inoltre, una lista lunghissima di SSD e ripetitiva dei SSD caratterizzanti. Ne viene fuori una tabella ordinamentale da cui non emerge un'identità propria del CdS all'interno della classe.

In fase di definizione dei regolamenti dovranno essere riconsiderati i contenuti degli insegnamenti o le modalità della didattica e degli accertamenti per un miglioramento degli standard qualitativi relativi alla progressione della carriera degli studenti ed al gradimento degli studenti.

Dovrà essere più esplicitamente dichiarata la limitazione del numero di esami a 12.

La disponibilità di strutture non viene specificata in completo dettaglio per il CdS ma può essere ritenuta adeguata nell'ambito delle strutture del Polo di riferimento.

ART. 4 Breve sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

Il Comitato d'Indirizzo della Facoltà di Scienze Politiche, consapevole dei vincoli imposti dalle vigenti norme, concorda con la riduzione dei Corsi di Laurea triennali e magistrali e dei curricula al loro interno, pur segnalando la significativa perdita nel panorama dell'offerta formativa.

Ritiene comunque che i corsi di laurea riorganizzati per rispettare la nuova normativa rispondano alle tradizioni scientifiche e culturali della Facoltà.

Il Comitato d'Indirizzo della Facoltà di Scienze Politiche approva, all'unanimità, l'offerta formativa della Facoltà.

Data del parere: 02/12/2011

ART. 5 Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Strategica mira a formare esperti della comunicazione dotati di una solida e innovativa cultura comunicativa fondata, oltre che su competenze professionali specifiche, su una sensibilità derivante dalla conoscenza degli aspetti sociali, economici e politici utili per comprendere la complessità della realtà contemporanea. Il Corso mira a orientare gli allievi a pensare la Comunicazione da un punto di vista strategico. Ciò significa che la Comunicazione, nelle contemporanee società investite dalla modernità riflessiva, è attività consapevolmente orientata a scopi. Il percorso formativo, infatti, assicura competenze adeguate per leggere e interpretare i contesti sociali, per avere una visione complessiva del campo della comunicazione e per acquisire quella versatilità indispensabile alla realizzazione dell'attività di raccolta e selezione delle informazioni, nonché all'elaborazione e produzione di contenuti nel campo giornalistico, nella comunicazione pubblica e sociale, nella comunicazione politica, nella

comunicazione radio-televisiva e nella comunicazione dei nuovi media.

Gli obiettivi formativi specifici prevedono: a) saper comprendere la centralità della comunicazione nelle complessità delle società contemporanee; b) saper diagnosticare la comunicazione come problema e come possibile risorsa; c) saper comprendere e utilizzare le possibili interdipendenze tra le principali istituzioni dei processi di modernizzazione: l'impresa regolata, lo Stato democratico, la formazione continua e i media. d) possedere le abilità necessarie all'analisi dei contenuti comunicativi e alla comprensione dei linguaggi mediali e) saper elaborare progetti di comunicazione per enti pubblici e privati e produrre contenuti per i diversi settori della comunicazione.

ART. 6 Risultati di apprendimento attesi

6.1 Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

il Corso offre un percorso formativo volto a formare da un lato professionisti della comunicazione, dall'altro a formare allievi in grado di padroneggiare i principali strumenti metodologici e i paradigmi della comunicazione per svolgere attività di ricerca nel campo della comunicazione.

6.2 Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

In termini di capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding), sviluppa le competenze necessarie a gestire strategicamente i flussi di comunicazione nelle imprese, nelle strutture della pubblica amministrazione e nelle no-profit organizations, nei media.

6.3 Autonomia di giudizio (making judgements)

In termini di autonomia di giudizio (making judgements), promuove la comprensione della funzione strategica della comunicazione, e consente ai laureati di saper attivare le leve appropriate per la risoluzione delle situazioni di crisi, prevenire e gestire conflitti, facilitare la concertazione tra gli attori e le parti sociali.

6.4 Abilità comunicative (communication skills)

In termini di abilità comunicative (communication skills), il laureato del corso potrà presentarsi al mondo del lavoro con un capitale relazionale adeguato a confrontarsi con le fonti, le informazioni, le idee, i problemi e le soluzioni operative necessarie per realizzare processi e prodotti comunicativi, utilizzare linguaggi e formati della comunicazione con una molteplicità di interlocutori e in relazione a varie tematiche e contesti diversi.

6.5 Capacità di apprendimento (learning skills)

Infine, in termini di capacità di apprendimento (learning skills), l'approccio storico-sociologico-politologico e l'apertura internazionale caratterizzano il Corso che è centrato su una concezione processuale e performativa della comunicazione interumana, della quale è costitutivo e fondamentale il legame con l'apprendimento continuo e l'attivazione costante e integrata delle risorse a disposizione del singolo individuo.

Il corso di laurea ha inoltre l'obiettivo di fornire competenze per affrontare le problematiche della comunicazione nelle organizzazioni complesse, per analizzare e gestire flussi informativi, per pianificare e organizzare attività e progetti di

ART. 6 Risultati di apprendimento attesi

comunicazione per enti pubblici e privati, per produrre contenuti nei diversi settori della comunicazione.

ART. 7 Conoscenze richieste per l'accesso

Per tutti gli studenti, l'accesso è condizionato al possesso di requisiti curriculari, definiti nel regolamento didattico del corso di studio.

Indipendentemente dai requisiti curriculari, per tutti gli studenti è prevista una verifica della personale preparazione, con modalità definite nel regolamento didattico.

Non sono previsti debiti formativi, ovvero obblighi formativi aggiuntivi, al momento dell'accesso.

ART. 8 Caratteristiche della prova finale

Nella prova finale il candidato deve mostrare una conoscenza approfondita e una capacità progettuale e critica nei settori che definiscono il percorso di studi, presentando e discutendo davanti a una commissione appositamente nominata una tesi scritta, frutto di uno specifico lavoro di ricerca e/o di progettazione, elaborata in modo originale con la guida di un relatore che sia stato un docente di un insegnamento presente nel suo piano degli studi della laurea magistrale..

ART. 9 Ambiti occupazionali

Il Corso offre le conoscenze idonee e necessarie per acquisire le competenze fondamentali per lavorare nei vari campi della comunicazione e dei grandi media (giornali e televisione), con riferimento alle dinamiche attuate nella comunicazione, degli enti pubblici e del no profit, dei partiti e delle imprese.

Il corso, inoltre, offre la conoscenza dei metodi propri della ricerca sulla comunicazione e sulla cultura organizzativa sia attraverso un approfondimento teorico sia attraverso l'applicazione pratica. Il laureato magistrale in Strategie della comunicazione pubblica e politica, pertanto, potrà trovare collocazione nella libera professione del consulente di direzione, nelle imprese, nella pubblica amministrazione, nelle no-profit organization nel mondo dei media e della politica. Di seguito indichiamo alcune voci delle categorie Istat.

Il corso prepara alle professioni di

Classe		Categoria		Unità Professionale	
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.3	Specialisti di gestione e sviluppo del personale e dell'organizzazione del lavoro	2.5.1.3.1	Specialisti in risorse umane
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.3	Specialisti di gestione e sviluppo del personale e dell'organizzazione del lavoro	2.5.1.3.2	Specialisti dell'organizzazione del lavoro

STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA

Classe		Categoria		Unità Professionale	
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.5	Specialisti nei rapporti con il mercato	2.5.1.5.2	Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.5	Specialisti nei rapporti con il mercato	2.5.1.5.4	Analisti di mercato
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.6	Specialisti nelle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili	2.5.1.6.0	Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate
2.5.3	Specialisti in scienze sociali	2.5.3.2	Specialisti in scienze sociologiche e antropologiche	2.5.3.2.1	Sociologi
2.5.3	Specialisti in scienze sociali	2.5.3.4	Specialisti in scienze storiche, artistiche, politiche e filosofiche	2.5.3.4.3	Specialisti in scienza politica
2.5.4	Specialisti in discipline linguistiche, letterarie e documentali	2.5.4.1	Scrittori e professioni assimilate	2.5.4.1.3	Redattori di testi per la pubblicità
2.5.4	Specialisti in discipline linguistiche, letterarie e documentali	2.5.4.1	Scrittori e professioni assimilate	2.5.4.1.4	Redattori di testi tecnici
2.6.2	Ricercatori e tecnici laureati nell'università	2.6.2.5	Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze storiche, filosofiche, pedagogiche e psicologiche	2.6.2.5.1	Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze storiche e filosofiche
2.6.2	Ricercatori e tecnici laureati nell'università	2.6.2.6	Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze economiche e statistiche	2.6.2.6.0	Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze economiche e statistiche
2.6.2	Ricercatori e tecnici laureati nell'università	2.6.2.7	Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze giuridiche, politiche e sociali	2.6.2.7.2	Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze politiche e sociali
2.6.5	Altri specialisti dell'educazione e della formazione	2.6.5.3	Docenti ed esperti nella progettazione formativa e curricolare	2.6.5.3.1	Docenti della formazione e dell'aggiornamento professionale

ART. 10 Quadro delle attività formative

LM-59 - Classe delle lauree magistrali in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità					
Tipo Attività Formativa: Caratterizzante	CFU		GRUPPI	SSD	
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	36	48		IUS/01	DIRITTO PRIVATO
				SECS-P/01	ECONOMIA POLITICA
				SECS-P/02	POLITICA ECONOMICA
				SECS-P/03	SCIENZA DELLE FINANZE
				SECS-S/04	DEMOGRAFIA
				SPS/04	SCIENZA POLITICA
				SPS/07	SOCIOLOGIA GENERALE
				SPS/08	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	18	42		M-FIL/05	FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI
				M-PSI/05	PSICOLOGIA SOCIALE
				SPS/08	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI
Totale Caratterizzante	54	90			

Tipo Attività Formativa: Affine/Integrativa	CFU		GRUPPI	SSD	
Attività formative affini o integrative	12	36	A11 (0-18)	IUS/08	DIRITTO COSTITUZIONALE
				IUS/09	ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO
			A12 (0-18)	SECS-P/08	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
				SECS-P/10	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE
			A13 (0-18)	L-LIN/01	GLOTTOLOGIA E LINGUISTICA
				L-LIN/12	LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE
			A14 (0-24)	M-STO/04	STORIA CONTEMPORANEA
				SECS-P/12	STORIA ECONOMICA
				SPS/04	SCIENZA POLITICA
			A15 (0-36)	SPS/07	SOCIOLOGIA GENERALE
				SPS/08	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI
				SPS/09	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI ECONOMICI E DEL LAVORO
				SPS/10	SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO
				SPS/11	SOCIOLOGIA DEI FENOMENI POLITICI

Totale Affine/Integrativa	12	36
---------------------------	----	----

Tipo Attività Formativa: A scelta dello studente	CFU	GRUPPI	SSD
A scelta dello studente	12	12	
Totale A scelta dello studente	12	12	

Tipo Attività Formativa: Lingua/Prova Finale	CFU	GRUPPI	SSD
Per la prova finale	18	22	
Totale Lingua/Prova Finale	18	22	

Tipo Attività Formativa: Altro	CFU	GRUPPI	SSD
Ulteriori conoscenze linguistiche	3	9	
Abilità informatiche e telematiche	0	6	
Tirocini formativi e di orientamento	0	12	
Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	9	
Totale Altro	3	36	

Tipo Attività Formativa: Per stages e tirocini	CFU	GRUPPI	SSD
Totale Per stages e tirocini	0		

Totale generale crediti

99	196
----	-----

ART. 11 Motivi dell'uso nelle attività affini di settori già previsti dal decreto per la classe

In considerazione degli obiettivi formativi del Corso di Laurea, nell'ambito delle attività affini e integrative la formazione da impartire non può che riferirsi anche a insegnamenti nei settori scientifico-disciplinari presenti tra le attività caratterizzanti della Tabella ministeriale della Classe. Tale inclusione è dettata dal fatto che la Tabella comprende tra le attività caratterizzanti la quasi totalità dei SSD di rilievo per il percorso formativo, e, più in particolare, perché i SSD ripresi sono (a) settori dal contenuto molto ampio e diversificato al loro interno, oppure (b) settori nei quali è indispensabile approfondire le conoscenze e competenze al fine di caratterizzare il profilo del laureato secondo le esigenze del mondo delle professioni e/o della formazione superiore.

ART. 12 Nota relativa ai crediti delle altre attività

ALTRE CONOSCENZE UTILI PER L'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO

I 9 CFU come Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro sono offerti tramite l'attivazione di laboratori didattici, atti a

- fornire competenze professionali specifiche utili per stimolare gli allievi a riflettere sulle proprie risorse personali sfruttabili nel mondo del lavoro e specificamente nell'area della

comunicazione;

- fornire conoscenze e strumenti pratici per orientarsi e organizzarsi nella ricerca del lavoro;
- fornire occasioni per sperimentare le dinamiche di lavoro in équipe (team work).