



# Università Vita-Salute San Raffaele

DECRETO RETTORALE N. 1340

IL RETTORE

Vista la legge 9 maggio 1989, n. 168;  
Vista la legge 19 novembre 1990, n. 341;  
Visto lo Statuto dell'Università Vita-Salute San Raffaele;  
Vista la legge 15 maggio 1997, n. 127;  
Visto il Decreto del Presidente della Repubblica 27 gennaio 1998, n. 25;  
Visto il Decreto Ministeriale 3 novembre 1999, n. 509, recante norme concernenti l'autonomia didattica degli atenei;  
Visto il Decreto Ministeriale 4 agosto 2000 relativo alla determinazione delle classi delle lauree universitarie;  
Visto il Regolamento Didattico d'Ateneo dell'Università Vita-Salute San Raffaele emanato con D.R. n. 307 del 14 settembre 2001 e successive modificazioni e integrazioni;  
Visto il Decreto Ministeriale 22 ottobre 2004, n. 270 - Modifiche al regolamento recante norme concernenti l'autonomia didattica degli atenei, approvato con decreto del Ministro dell'università e della ricerca scientifica e tecnologica 3 novembre 1999, n. 509;  
Visto il D.M. 5 agosto 2004 n. 262 concernente la programmazione del sistema universitario per il triennio 2004/2006;  
Visto il D.M. 27 gennaio 2005 n. 15 concernente la banca dati dell'offerta formativa e la verifica del possesso dei requisiti minimi;  
Vista la nota ministeriale n. 58/SEGR/DGU/05 del 17 febbraio 2005 in materia di banca dati dell'offerta formativa e verifica del possesso dei requisiti minimi;  
Viste le delibere degli organi accademici e degli organi di governo;  
Visto il parere espresso dal Consiglio Universitario Nazionale nella adunanza del 6/4/2006;  
Visto il decreto direttoriale del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

DECRETA

Art. 1 Il Regolamento didattico di Ateneo dell'Università Vita-Salute San Raffaele viene modificato ed integrato con la modificazione del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, afferente alla Facoltà di Psicologia, a decorrere dall'anno accademico 2006-2007 come sotto riportato:

#### **14-Classe delle lauree in scienze della comunicazione Corso di laurea in Scienze della Comunicazione**

L'ordinamento didattico del suddetto corso di studio è quello risultante sul sito MIUR Banca Dati RAD

Art. 2 L'ordinamento del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione di cui al D.M. 4 agosto 2000, allegato al presente decreto, individuato con la lettera "C" (Ordinamenti della Facoltà di Psicologia), costituisce parte integrante del Regolamento didattico di Ateneo.

Art. 3 Il presente ordinamento del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, sostituisce l'ordinamento del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione emanato con D.R. n. 1082 del 29 aprile 2005 che da ultimo ha modificato ed integrato il D.R. n. 307 del 14 settembre 2001.

Art. 4 La banca dati dell'offerta formativa di cui all'art. 9, comma 3, del D.M. n. 270/2004, risulta aggiornata con la previsione del nuovo ordinamento didattico del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione.

Milano, 27 aprile 2006

IL RETTORE

sac. prof. Luigi M. Verzé

**Libera Università "Vita Salute S.Raffaele" MILANO**  
**14 - Classe delle lauree in scienze della comunicazione**  
**Corso di laurea in Scienze della Comunicazione**

**Scheda informativa**

Università	Libera Università "Vita Salute S.Raffaele" MILANO
Classe	14 - Classe delle lauree in scienze della comunicazione
Nome del corso	Corso di laurea in Scienze della Comunicazione
	Modifica di Corso di laurea in Scienze della Comunicazione
Data del DM di approvazione del ordinamento didattico	21/04/2006
Data del DR di emanazione del ordinamento didattico	27/04/2006
Data di attivazione	01/10/2006
Data di approvazione del consiglio di facoltà	24/01/2006
Data di approvazione del senato accademico	25/01/2006
Il corso è stato	istituito ai sensi dell'art. 2, comma 4, del DPR 27.1.1998, n. 25, in deroga alle procedure di programmazione del sistema universitario, previo parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento in data 31/01/2005
Data del parere favorevole del nucleo di valutazione	27/01/2005
Produzione, servizi, professioni	le organizzazioni rappresentative a livello locale del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni (art. 11 comma 4 DM509 del 3/11/99) sono state consultate in data 16/02/2005
Modalità di svolgimento	convenzionale
Indirizzo internet del corso di laurea	<a href="http://www.unibr.it/comunicazione">http://www.unibr.it/comunicazione</a>
Facoltà di riferimento del corso	PSICOLOGIA
Sede del corso	MILANO (MI)

**Obiettivi formativi specifici**

La formazione dei laureati nel Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione (classe 14 delle lauree in Scienze della Comunicazione) dell'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano si propone di raggiungere i seguenti obiettivi qualificanti:

acquisire una preparazione teorica-critica per quanto attiene ai processi di comunicazione, i loro contenuti, funzioni ed effetti, possibili pubblici di riferimento. In particolare dovranno possedere una conoscenza accurata dei modi ideativi-produttivi relativi ai vari prodotti della comunicazione tramite i mass-media. In particolare dovranno avere una accurata formazione teorica nel campo delle scienze sociali tale da permettere loro di inquadrare correttamente i fenomeni sociali ed economici legati all'ideazione-produzione di specifici prodotti, tangibili e intangibili, con particolare riferimento alla comunicazione d'impresa (pubblicità e relazioni pubbliche) e alle tecniche di marketing; acquisire conoscenze adeguate nell'area dei mercati "culturali" e dei prodotti legati non a funzioni pratiche o di comodificazione né a valori oggettivabili tecnicamente o materialmente ma alla capacità di costruire mondi significati e stili di vita attraverso un legame simbolico con la cultura e le relazioni sociali che sorreggono le identità individuali; avere buone conoscenze relative alla ricerca empirica nel campo delle pratiche di consumo e della definizione-descrizione di consumatori di specifici prodotti mediali (prodotti radio-televisivi, pubblicità delle aziende pubbliche e private, comunicazione istituzionale, ecc.). In questa prospettiva dovranno avere competenze specifiche relative alle tecniche di analisi dell'audience e al "targetting" o segmentazione dei pubblici dei prodotti di comunicazione; possedere competenze adeguate a saper "leggere" i diversi prodotti della comunicazione di massa o interpersonale (o interna ad un gruppo o ad un'azienda) in modo rigoroso e scientifico, evitando i più facili schemi del senso comune e degli stereotipi che condizionano la comprensione di questi oggetti e processi. Ciò implica acquisire competenze nelle materie semiologiche, di teoria e tecniche dei media, di analisi del contenuto.

## Libera Università "Vita Salute S.Raffaele" MILANO

### 14 - Classe delle lauree in scienze della comunicazione

#### Corso di laurea in Scienze della Comunicazione

(continua)

acquisire una competenza specifica sulle modalità relative all'acquisto-fruizione, oltre che di decodifica-valutazione, di prodotti ad alto contenuto simbolico. In particolare quelle necessarie a valutarne le componenti simboliche, di riferimento valoriale o ai bisogni collettivi socialmente determinati. In questa prospettiva, largo spazio verrà dato alle scienze sociali e, in particolare, alla sociologia, psicologia, antropologia, filosofia e storia.

avere una competenza non marginale nelle materie (e del loro statuto epistemologico) relative allo studio delle dinamiche economiche dei mercati, della distribuzione commerciale e non, dell'organizzazione e delle strategie delle imprese private e pubbliche e di quelle "no-profit". I laureati dovranno avere competenze specifiche, teoriche e di ricerca empirica, relative alle ricerche di mercato, sull'efficacia della pubblicità, e, in particolare, relative alla gestione dell'immagine e posizionamento di un prodotto o di una marca.

avere competenze nell'area della psicologia dei processi cognitivi, della comunicazione interpersonale, delle dinamiche motivazionali, di gruppo e sul luogo di lavoro. Inoltre i laureati dovranno avere gli strumenti conoscitivi atti a comprendere le dinamiche psico-sociali relative alla valutazione dell'impatto della comunicazione sui processi di costruzione dell'identità personale e di identificazione in particolari stili di vita, comportamenti collettivi, mode, ecc. avere conoscenze atte a studiare i trend culturali generali e/o specifici a particolari modelli di comportamento collettivo, in particolare di come i prodotti mediatici corrispondano o favoriscano certe tendenze culturali o ne restino, a loro volta, influenzati. In particolare si dovranno avere competenze relative allo studio del cambiamento socio-culturale. avere abilità di base per la gestione della comunicazione interpersonale e del "public speaking" all'interno di situazioni più o meno strutturate.

acquisire precise competenze nell'utilizzo e gestione delle risorse informatiche, con particolare riferimento alla "web communication" e al "networking"

avere una sufficiente conoscenza di almeno una lingua straniera oltre all'inglese.

Sulla base degli obiettivi sopradetti potrà essere attivato più di un curriculum.

#### Caratteristiche della prova finale

La prova finale consisterà nella presentazione di un elaborato ad una commissione di docenti affini all'area scientifica trattata. Tale elaborato dovrà essere approvato, almeno sei mesi prima della data di consegna, da un docente ufficiale del Corso di laurea. La valutazione della Commissione sarà comunicata al candidato alla fine della discussione e terrà conto della carriera scolastica, di eventuali stage o altre occasioni di ricerca-formazione (presso aziende, istituzioni, e organizzazioni connesse all'area tematica oggetto della tesi) e concorrerà alla definizione del punteggio finale di laurea. La proclamazione ufficiale avverrà in un'apposita sessione pubblica distinta dal momento di valutazione dell'elaborato.

#### Ambiti occupazionali previsti per i laureati

I laureati saranno addestrati per svolgere attività professionali presso:

aziende private e pubbliche come responsabili della comunicazione (con particolare riferimento alla comunicazione aziendale e alla pubblicità) e delle relazioni esterne

imprese come esperti degli aspetti intangibili del valore d'Impresa, in particolare come "brand o product manager", esperti del marketing di prodotto o strategico, responsabili della ricerca;

negli istituti demoscopici come responsabili di ricerca su tematiche sociali, di marketing e comunicazione, sondaggi, ecc.;

nelle aziende editoriali ed emittenti radio-televisive come esperti nella creazione di nuove linee editoriali, nuovi prodotti, ricerca di nuovi pubblici, oltre che di organizzazione e gestione amministrativa di settori specializzati in questo settore;

nelle agenzie di pubblicità come specialisti (account) nella comunicazione di prodotti e marche, come esperti di piani di comunicazione e pianificazione mezzi;

nelle aziende pubbliche private e nelle istituzioni come responsabili delle relazioni pubbliche (uffici URP), della comunicazione interna, esperti di "crisis management", addetti stampa, ecc.;

istituti o aziende pubbliche o privati come esperti nell'ideazione gestione e comunicazione di eventi e manifestazioni culturali o artistiche;

nella consulenza di comunicazione politica o istituzionale.

A questo scopo oltre alla attività formativa come indicato nel piano degli studi e alla frequenza obbligatoria (salvo comprovate ragioni) sarà dedicata particolare attenzione a:

**Libera Università "Vita Salute S.Raffaele" MILANO**

**14 - Classe delle lauree in scienze della comunicazione**

**Corso di laurea in Scienze della Comunicazione**

(continua)

lavori di gruppo in Laboratori appositamente attrezzati con la messa a punto di progetti e prototipi per quanto attiene a campagne di comunicazione, con particolare riferimento alla comunicazione pubblicitaria e pubblica; seminari con l'intervento di esperti e professionisti in collegamento con l'attività didattica tradizionale (lezioni e lavori individuali o di gruppo); stages e tirocini formativi obbligatori presso aziende o istituti di ricerca, soggiorni di studio presso altre Università (italiane o straniere), Centri di ricerca, Enti internazionali, ecc.

**Conoscenze richieste per l'accesso (art.6 D.M. 509/99)**

Diploma di scuola secondaria superiore quinquennale.  
Non è prevista una verifica delle conoscenze richieste per l'accesso.

**Lauree specialistiche alle quali sarà possibile l'iscrizione (senza debiti formativi)**

- 13/S - Classe delle lauree specialistiche in editoria, comunicazione multimediale e giornalismo
- 59/S - Classe delle lauree specialistiche in pubblicità e comunicazione d'impresa
- 67/S - Classe delle lauree specialistiche in scienze della comunicazione sociale e istituzionale

Attività formative di base	CFU	Settori scientifico disciplinari
Discipline informatiche e della comunicazione	7 - 12	INF/01 : INFORMATICA
		ING-INF/03 : TELECOMUNICAZIONI
		ING-INF/05 : SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI
Discipline semiotiche e linguistiche	6 - 12	L-LIN/01 : GLOTTOLOGIA E LINGUISTICA
		M-FIL/02 : LOGICA E FILOSOFIA DELLA SCIENZA
		M-FIL/05 : FILOSOFIA E TRORIA DEI LINGUAGGI
Discipline sociali, mediologiche e della comunicazione politica	12 - 42	M-STC/04 : STORIA CONTEMPORANEA
		SPS/01 : FILOSOFIA POLITICA
		SPS/02 : STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE
		SPS/07 : SOCIOLOGIA GENERALE
		SPS/08 : SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI
Totale Attività formative di base	25 - 66	Per 'Attività formative di base' è previsto un numero minimo di crediti pari a 25

Attività caratterizzanti	CFU	Settori scientifico disciplinari
Discipline dei linguaggi e delle tecniche dei media, del design e della grafica	12 - 48	ICAR/17 : DISEGNO
		L-ART/06 : CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE
		L-ART/07 : MUSICOLOGIA E STORIA DELLA MUSICA
		M-DEA/01 : DISCIPLINE DEMOSTRANOANTROPOLOGICHE

Libera Università "Vita Salute S.Raffaele" MILANO  
 14 - Classe delle lauree in scienze della comunicazione  
 Corso di laurea in Scienze della Comunicazione

(continua)

Attività caratterizzanti	CFU	Settori scientifico disciplinari
Discipline dei linguaggi e delle tecniche dei media, del design e della grafica		M-FIL/04 : ESTETICA
		M-PED/04 : PEDAGOGIA SPERIMENTALE
		SPS/08 : SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI
Discipline economico-aziendali	18 - 24	SECS-P/01 : ECONOMIA POLITICA
		SECS-P/06 : ECONOMIA APPLICATA
		SECS-P/07 : ECONOMIA AZIENDALE
		SECS-P/08 : ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
		SECS-P/10 : ORGANIZZAZIONE AZIENDALE
Discipline psicosociali	18 - 36	M-PED/01 : PEDAGOGIA GENERALE E SOCIALE
		M-PSI/01 : PSICOLOGIA GENERALE
		M-PSI/05 : PSICOLOGIA SOCIALE
		SECS-S/04 : DEMOGRAFIA
		SECS-S/05 : STATISTICA SOCIALE
Totale Attività caratterizzanti	48 - 108	Per 'Attività caratterizzanti' è previsto un numero minimo di crediti pari a 45

Attività transitate da caratterizzanti ad affini/integrative	CFU	Settori scientifico disciplinari
Discipline giuridiche	3 - 6	IUS/01 : DIRITTO PRIVATO
		IUS/10 : DIRITTO AMMINISTRATIVO
		IUS/14 : DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA
Discipline storico-politico-filosofiche	3 - 15	IUS/09 : ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO
		IUS/20 : FILOSOFIA DEL DIRITTO
		M-FIL/01 : FILOSOFIA TEORETICA
		M-FIL/03 : FILOSOFIA MORALE
		M-STO/04 : STORIA CONTEMPORANEA
		SPS/02 : STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE
		SPS/04 : SCIENZA POLITICA
		SPS/12 : SOCIOLOGIA GIURIDICA, DELLA DEVIANZA E MUTAMENTO SOCIALE
Totale Attività transitate da caratterizzanti ad affini/integrative	6 - 21	

Libera Università "Vita Salute S.Raffaele" MILANO  
 14 - Classe delle lauree in scienze della comunicazione  
 Corso di laurea in Scienze della Comunicazione

Attività affini o integrative	CFU	Settori scientifico disciplinari
Discipline attinenti alle lingue e letterature	6 - 12	L-FIL-LET/09 : FILOLOGIA E LINGUISTICA ROMANZA
		L-FIL-LET/14 : CRITICA LETTERARIA E LETTERATURE COMPARATE
		L-LIN/03 : LETTERATURA FRANCESE
		L-LIN/05 : LETTERATURA SPAGNOLA
		L-LIN/08 : LETTERATURE PORTOGHESE E BRASILIANA
		L-LIN/10 : LETTERATURA INGLESE
		L-LIN/11 : LINGUA E LETTERATURE ANGLO-AMERICANE
		L-LIN/13 : LETTERATURA TEDESCA
		L-LIN/21 : SLAVISTICA
Discipline letterarie e storiche e delle arti	6 - 12	L-ART/03 : STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA
		L-ART/04 : MUSEOLOGIA E CRITICA ARTISTICA E DEL RESTAURO
		L-ART/05 : DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO
		L-ART/08 : ETNOMUSICOLOGIA
		L-FIL-LET/10 : LETTERATURA ITALIANA
		L-FIL-LET/11 : LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA
		M-FIL/06 : STORIA DELLA FILOSOFIA
		M-STO/02 : STORIA MODERNA
		M-STO/05 : STORIA DELLA SCIENZA E DELLE TECNICHE
		M-STO/06 : STORIA DELLE RELIGIONI
		M-STO/07 : STORIA DEL CRISTIANESIMO E DELLE CHINSE
		M-STO/08 : ARCHIVISTICA, BIBLIOGRAFIA E BIBLIOTECONOMIA
		SPS/03 : STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE
		SPS/06 : STORIA DELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI
Discipline sociali	18 - 48	ICAR/16 : ARCHITETTURA DEGLI INTERNI E ALLESTIMENTO
		IUR/08 : DIRITTO COSTITUZIONALE
		M-GRG/02 : GEOGRAFIA ECONOMICO-POLITICA
		M-PED/03 : DIDATTICA E PEDAGOGIA SPECIALE
		M-PSI/06 : PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI
		SECS-P/02 : POLITICA ECONOMICA
		SPS/09 : SOCIOLOGIA DEI PROCESSI ECONOMICI E DEL LAVORO
		SPS/10 : SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO

**Libera Università "Vita Salute S.Raffaele" MILANO**  
**14 - Classe delle lauree in scienze della comunicazione**  
**Corso di laurea in Scienze della Comunicazione**

(continua)

Attività affini o integrative	CFU	Settori scientifico disciplinari
Discipline sociali		SPS/11 : SOCIOLOGIA DEI FENOMENI POLITICI
<b>Totale Attività affini o integrative</b>	<b>30 - 72</b>	Per 'Attività affini o integrative' è previsto un numero minimo di crediti pari a 20

Altre attività formative	CFU	Tipologia
A scelta dello studente	25	
Per la prova finale e per la conoscenza della lingua straniera	3	Prova finale
	6	Lingua straniera
Altre (art.10, comm1, lettera f)	6	Ulteriori conoscenze linguistiche
		Abilità informatiche e relazionali
	4	Tirocini
		Altro
<b>Totale Altre attività formative</b>	<b>44</b>	Per 'Altre attività formative' è previsto un numero minimo di crediti pari a 28

<b>Totale generale crediti</b>	<b>180</b>	Oscillazione massima proposta con gli intervalli 153-311
--------------------------------	------------	--

**Note**

Sulla base dell'esperienza del I anno ed in previsione dell'attivazione di più di un curriculum si sono maggiormente dettagliati gli obiettivi formativi e gli ambiti occupazionali che potevano ritenersi già compresi nel corso di laurea in scienze della comunicazione a suo tempo approvato. Risultano altresì modificati i punti riguardanti le caratteristiche della prova finale e le conoscenze richieste per l'accesso.

Tenuto conto del parere degli organi accademici circa il mantenimento per quest'anno della attuale denominazione del corso di laurea in scienze della comunicazione nonché del parere del CUN del 26 gennaio 2006, nulla è più richiesto riguardo al cambio di denominazione che pertanto rimane corso di laurea in scienze della comunicazione.

Si ritengono pertanto superate le richieste inoltrate telematicamente in data 25/01/2006 n. 57244 e n. 57248.