

Consultazione Comitati di Indirizzo Permanente delle Classi L-20 e LM-19

Verbale a cura di A. Bertolazzi

OGGETTO: Modifica ordinamentale per l'a.a. 2025-26 del corso di laurea magistrale LM-19

Il giorno 09.10.2024, alle ore 18:30, si è svolta una riunione telematica tramite Teams dei Comitati di indirizzo permanente dei corsi L-20 e LM-19 inerente alla discussione della modifica ordinamentale della classe LM-19. I Comitati sono stati convocati via email il 03.10.2024.

Risultano presenti:

- Alessia Bertolazzi, Presidente del Consiglio delle Classi Unificate in Scienze della Comunicazione L-20 e Comunicazione e Culture Digitali LM-19
- Giacomo Gistri, Referente Scheda SUA-CDS per il CdS Classe L-20
- Simone Calzolaio, referente Scheda SUA-CDS per il CdS LM-19 Comunicazione e culture digitali
- Emanuele Frontoni, Docente di riferimento del CdS e Referente per i rapporti con le aziende del territorio
- Andrea Cegolon, Delegato al placement del Dipartimento per i Corsi L-20 e LM-19
- Francesco Cardinali, Copywriter Agenzia di Comunicazione ADVcreativi
- Sara Maccari, Responsabile Marketing e Comunicazione, Compagnia della Rancia
- Anastasia Donatelli, rappresentante degli studenti nel Consiglio di Dipartimento, nel CIP della classe L-20
- Carlo Torregrossa, rappresentante degli studenti del CCU, all'interno del CIP della classe LM-19

Sono assenti giustificati:

- Uoldelul Chelati Dirar, Presidente delle classi L-36 LM-62
- Ernesto Tavoletti, Presidente della classe LM-52
- Benedetta Barbisan, Coordinatrice del Corso di Dottorato in Global Studies

- Carlo Boldrini, CEO Agenzia di Comunicazione PIL Associati
- Sara Pagnanelli, Vice Presidente Esecutivo Roi Group Srl | Performance Strategies| Life Strategies| Roi Edizioni| Direfare
- Alessandro Caporaletti, Giornalista e Reggente Redazione di Macerata de “Il Resto del Carlino”

La discussione inizia con un intervento della Presidente che illustra la necessità di adeguare il corso di laurea magistrale LM-19 al Decreto Ministeriale n. 1649 del 19.12.2023, che definisce le nuove classi di laurea magistrale. Il decreto prevede la ridefinizione degli obiettivi formativi qualificanti (parte testuale) delle singole classi e l’aggiornamento della parte tabellare, con la modifica di alcuni ambiti.

Mentre per il corso di laurea triennale L-20 è possibile effettuare adeguamenti tabellari “in modalità semplificata” nella sezione F della SUA, senza modificare le parti testuali, in quanto gli obiettivi e la parte tabellare del corso non richiedono modifiche sostanziali per adeguarsi al D.M. 1648, al contrario il corso LM-19 richiede una modifica sostanziale. Il CdS deve, pertanto, implementare modifiche sia nella parte testuale della SUA CDS, sia per gli adeguamenti tabellari.

Nella progettazione della modifica ordinamentale, si è tenuto conto dell’art. 5 del summenzionato D.M., che afferma: «Gli ordinamenti didattici dei corsi di laurea magistrale assicurano agli studenti una solida preparazione con particolare riferimento alle discipline caratterizzanti, favorendo le occasioni di approfondimento critico degli argomenti, nonché **evitando la dispersione del loro impegno su un numero eccessivo di discipline, di insegnamenti o dei relativi moduli.** Assicurano altresì agli studenti il pieno accesso alle attività formative di cui all'articolo 10, comma 5, del decreto ministeriale 22 ottobre 2004, n. 270, riservando un numero di crediti non inferiore a 8 alle attività ivi previste alla lettera a), e non inferiori a 12 a quelle previste alla lettera b)». La Presidente chiarisce che la lettera a) fa riferimento alle attività formative autonomamente scelte dallo studente, mentre la lettera b) alle attività formative affini o integrative.

La Presidente illustra le proposte di modifica del piano di studio:

1. La principale modifica riguarda la creazione di due curricula: un primo curriculum in “Gestione della comunicazione pubblica e aziendale” e un secondo curriculum in “Creazione di contenuti per i media digitali”. Questa innovazione è motivata dall’esigenza di razionalizzare l’offerta formativa, in quanto al momento presenta quella “dispersione” menzionata dal D.M. 1649, avendo un insegnamento (Etica e psicologia dei media digitali) suddiviso in due moduli, ben quattro insegnamenti a scelta per un’unica attività formativa (attività affine o integrativa) al primo anno e tra attività formative al secondo anno che presentano ciascuna due insegnamenti in alternativa (per



un totale di sei insegnamenti). Inoltre, la creazione dei due curricula nasce altresì dall'esigenza di fornire agli studenti un percorso formativo ancora più specializzante rispetto ai profili culturali in uscita dal CdS. Difatti, i profili professionali previsti per i laureati non sono modificati e sono i seguenti: Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate; Redattori di testi per la pubblicità. Pertanto, il primo curriculum intende formare laureati specializzati nel management dei contenuti informativi e comunicativi, nonché di campagne di marketing, rivolti a imprese, enti, istituzioni e aziende, così come nei vari settori dell'informazione pubblica e sociale. Invece, il secondo curriculum mira a formare laureati specializzati nella redazione e pianificazione dei contenuti informativi e comunicativi nel settore editoriale e dei media digitali. Rispetto alla denominazione del primo curriculum, la Presidente, su suggerimento della prof.ssa Pretaroli, chiede ai partecipanti un'opinione in merito alla modifica della denominazione in Gestione della comunicazione pubblica e d'impresa.

2. La seconda modifica concerne l'aumento dei crediti destinati ad attività formativa a scelta dello studente (da 8 a 16 in totale), di cui 8 sono riservati ad "altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro" ovvero alla scelta di due laboratori (in precedenza i crediti riservati ai laboratori erano 4). I laboratori rappresentano attività formative professionalizzanti, che si ritiene possano essere particolarmente funzionali alla formazione culturale degli studenti di un corso di livello magistrale.
3. Nell'ottica di potenziare l'offerta formativa laboratoriale, sono state aggiunte due attività: Laboratorio in media planning e Laboratorio in tecniche di giornalismo e media relations. Quest'ultimo laboratorio affronterebbe le tecniche comunicative applicate sia all'attività giornalistica, sia alle attività di ufficio stampa.
4. Il precedente insegnamento di Etica e psicologia dei media digitali, prima articolato in due moduli per un totale di 14 cfu, viene scorporato in due insegnamenti. Il primo viene rinominato Etica dell'intelligenza artificiale e dei media digitali, per rendere più esplicita nella titolazione la parte di programma dedicata all'etica dei sistemi di IA. Il secondo insegnamento assume la nuova titolazione di Psicologia dei media digitali e dell'intelligenza artificiale. Il cambio di titolazione si lega alla necessità di includere tra i contenuti del corso tematiche inerenti al modo in cui anche l'intelligenza artificiale sta producendo cambiamenti di natura percettiva, cognitiva e comportamentale negli individui. Inoltre, per questo insegnamento si propone un cambio di SSD: da M-PSI/05 a M-PSI/01. Tale proposta si lega alla necessità di inquadrare l'insegnamento in un SSD maggiormente congruente con i contenuti disciplinari della cyberpsicologia, che sono affini a quelli della psicologia generale e cognitiva (M-PSI/01). Infine, si propone per tale insegnamento un aumento delle ore (da 40 a 60) e dei CFU (da 6 a 8). L'aumento dei crediti e del monte ore, da un lato, consentirebbe di integrare efficacemente i nuovi



temi nei contenuti del corso e, dall'altro, offrirebbe l'opportunità di organizzare attività seminariali che permettano agli studenti di approfondire e applicare le conoscenze acquisite.

5. Riguardo all'insegnamento Brand storytelling si propone un cambio di SSD, da L-ART/06 a SECS-P/08, per una maggiore coerenza tra gli obiettivi formativi dell'insegnamento all'interno del CdS e i contenuti disciplinari del settore SECS-P/08.
6. Si propone una modifica degli obiettivi formativi e dei contenuti dell'insegnamento Economia della comunicazione digitale, che viene rinominato Politiche economiche per l'innovazione (60 ore, 8 cfu). Il nuovo insegnamento si propone di affrontare i principi economici alla base dell'analisi del processo innovativo; i paradigmi delle politiche per l'innovazione; le interazioni esistenti tra forme di mercato ed attività innovativa.

La Presidente ha ricevuto comunicazione di impossibilità a partecipare alla riunione da parte degli assenti; perciò, ha inviato a ciascuno di loro la proposta di modifica del piano di studi, corredato dalla descrizione delle variazioni proposte, chiedendo un parere scritto. È già arrivato il riscontro del prof. Tavoletti, che si è espresso favorevolmente alle modifiche proposte. La Presidente illustrerà ai Consiglieri gli ulteriori pareri che riceverà durante il CCU del 17.10.2024.

Prende la parola il dott. Cardinali che mostra un parere positivo in merito alla modifica della denominazione del primo curriculum da Gestione della comunicazione pubblica e aziendale a Gestione della comunicazione pubblica e d'impresa. Anche il prof. Gistri si esprime favorevolmente, La Presidente, pertanto, inserirà la modifica nel piano di studi.

Il dott. Cardinali suggerisce di modificare anche il titolo dell'insegnamento in Diritto della data governance e della sicurezza informatica. In particolare, anziché sicurezza informatica sarebbe preferibile adottare l'etichetta verbale, ampiamente utilizzata, di cybersecurity. Il prof. Calzolaio (l'insegnamento ricade nel suo SSD) afferma che entrambi i termini sono appropriati, ma si dichiara favorevole alla modifica.

In generale, il dott. Cardinali esprime un generale apprezzamento per la nuova struttura del CdS e l'articolazione in due curricula, che possono permettere agli studenti una scelta del percorso formativo maggiormente personalizzata e più aderente alle inclinazioni individuali. Infine, il dott. Cardinali menziona la possibilità di integrare nel piano di studi attività formative inerenti al Content marketing. Nel valutare la possibilità di integrare tali contenuti nell'insegnamento di Brand storytelling, il dott. Cardinali sostiene che lo storytelling e il content marketing siano due aspetti differenti, trattati separatamente anche dalla manualistica, pertanto l'integrazione in

un unico insegnamento sarebbe forzata. Il dott. Cardinali suggerisce l'attivazione di un laboratorio, tuttavia interviene il prof. Gistri che afferma che un laboratorio sul content marketing potrebbe presentare sovrapposizioni con altri laboratori già attivati (ad esempio, con il Laboratorio in Digital e Social Media Marketing). Pertanto, si decide di non proporre l'attivazione di un nuovo laboratorio.

Prende la parola la dott.ssa Maccari che manifesta un certo apprezzamento per le modifiche proposte al piano di studi. In particolare, ritiene che l'inserimento dei due nuovi laboratori vada nella direzione di un approccio professionalizzante e che tali attività formative possano offrire agli studenti una panoramica più concreta delle prospettive lavorative in uscita. Il Laboratorio di media planning le sembra particolarmente efficace, in quanto può fornire agli studenti competenze professionalizzanti strategiche per chi vuole inserirsi nell'ambito della comunicazione e dell'informazione. Allo stesso modo, il Laboratorio di tecniche di giornalismo e media relations le appare interessante per lo sviluppo di partnership a livello territoriale (ma anche nazionali), coerenti con il filone anche di etica e intelligenza artificiale con cui potrebbero esserci diversi punti di contatto.

La dott.ssa Maccari chiede delucidazioni in merito alla possibilità di indicare la frequenza di determinati laboratori come propedeutici per alcuni insegnamenti. Il prof. Calzolaio precisa che, come previsto dal Regolamento del CdS, non sono previste propedeuticità. La Presidente avanza la proposta di indicare nel syllabus una eventuale raccomandazione a frequentare il/i laboratorio/i più attinente al singolo insegnamento e si confronterà con i delegati alla didattica del Dipartimento per valutare l'opportunità di tale azione.

Interviene il rappresentante degli studenti dott. Torregrossa, il quale esprime una valutazione positiva per le modifiche proposte. Ritiene che tali modifiche siano funzionali ad una maggiore specializzazione che gli studenti possono ottenere dal corso. L'unico aspetto che potrebbe suscitare delle criticità potrebbe essere il numero di crediti liberi a scelta dello studente (8 a scelta dello studente e 8 per laboratori). Forse, l'aumento di tali crediti liberi potrebbe disorientare lo studente e quindi dovrà essere chiarita bene, anche in fase di orientamento. Interviene la prof.ssa Bertolazzi per spiegare che la proposta di aumentare i crediti per le attività formative a scelta dello studente è derivata dall'osservare come vari studenti in sede di colloqui informali o durante i ricevimenti manifestassero l'esigenza di avere più crediti a disposizione per poter partecipare a più attività seminariali organizzate dal corso, dal Dipartimento e dall'Ateneo e a più laboratori. Riprende la parola il dott. Torregrossa riconoscendo che effettivamente gli studenti che partecipavano al corso di formazione in Genere, politica e istituzioni – un corso molto apprezzato dagli studenti – superassero il numero di crediti liberi previsti con quell'unica attività. Prende la parola il dott. Cardinali che ritiene di non ravvedere rischi nell'aumento dei crediti a libera scelta; al contrario, una più ampia disponibilità di attività



a scelta dello studente rappresenta, a suo avviso, un'opportunità di personalizzazione del percorso formativo e, grazie ai laboratori, di maggiore professionalizzazione.

Segue un intervento della rappresentante degli studenti, sig.ra Donatelli, che avanza la richiesta di potenziare la formazione degli studenti nel campo del giornalismo. Tale campo appare di forte interesse per gli studenti. La sig.ra Donatelli menziona il Laboratorio in giornalismo erogato al corso triennale come uno dei laboratori più scelti e apprezzati dagli studenti. Interviene il prof. Gistri che rimarca l'importanza di rafforzare tali competenze in quanto allineate agli obiettivi formative della classe LM-19. Il prof. Calzolaio evidenzia come il corso magistrale non possa però essere propedeutico alla professione giornalistica e che occorra essere chiari con gli studenti su tale aspetto; tuttavia, si esprime favorevolmente all'inserimento di un'attività formativa. La Presidente accoglie molto positivamente la proposta della sig.ra Donatelli e ritiene che sia del tutto coerente con gli obiettivi formativi del corso. La Presidente, pertanto, propone uno sdoppiamento dell'insegnamento nel SSD SPS/08. Nel curriculum A, l'insegnamento resterebbe immutato, mentre nel curriculum B diventerebbe "Teoria e tecniche del giornalismo". L'ambito giornalistico è, difatti, perfettamente coerente con la declaratoria del settore (ovviamente, si fa riferimento alla declaratoria del settore disciplinare GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi, appartenente al nuovo Gruppo Scientifico Disciplinare 14/GSPS-06). La Presidente sottolinea che l'attivazione di un nuovo insegnamento dovrà essere temperata con le esigenze di razionalizzazione del budget destinato alla didattica che sarà stabilito dall'Ateneo. Tuttavia, rispetto al budget richiesto nell'a.a. 2023/24, è possibile già prevedere una riduzione della spesa dovuta alla presa di servizio dei nuovi RTT nei settori SPS/08, M-FIL/03 e M-STO/04. Pertanto, l'attivazione di questo insegnamento sarebbe assorbita dalla riduzione della quantità di attività formative erogate a titolo oneroso.

Riprende la parola la rappresentante degli studenti, sig.ra Donatelli, che manifesta apprezzamento per la proposta avanzata di attivazione di un insegnamento in "Teoria e tecniche del giornalismo" e suggerisce l'attivazione di un insegnamento nell'ambito della sociologia del giornalismo anche nel corso triennale. La Presidente recepisce la richiesta della rappresentante e rimanda le opportune valutazioni al momento in cui sarà approvata l'offerta formativa del CdS L-20 per l'a.a. 2025/26.

Non essendoci altri interventi, la riunione si chiude alle 19:42.