

Regolamento Didattico

a.a. 2023 / 24

Baccalaureato in
Advertising & Marketing

INDICE

ART. 1 - DEFINIZIONI	4
ART. 2 - AREA DI AFFERENZA DEL CORSO	4
Responsabile di Area di Comunicazione ed educazione	4
Il Consiglio di Area di Comunicazione ed educazione	4
ART. 3 - OBIETTIVI FORMATIVI E AMBITI OCCUPAZIONALI	4
Obiettivi formativi	4
Profilo professionale	5
Ambiti occupazionali	5
ART. 4 - STRUTTURA DEL CURRICOLO	6
ART. 5 - SEDE DEL CORSO	6
ART. 6 - ASPETTI ORGANIZZATIVI	6
Coordinatore di Corso	6
Consiglio di Corso	6
Commissione Riconoscimento ECTS	7
Lingua inglese	7
ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE E CRITERI DI RICONOSCIMENTO ECTS	8
Requisiti di ammissione	8
Criteri di riconoscimento ECTS	8
Riconoscimento di ECTS per il Servizio civile Nazionale	8
ART. 8 - ORGANIZZAZIONE DEL CORSO DI STUDI	8
Durata	8
Obiettivi formativi e contenuti	8
ART. 9 - ATTIVITÀ FORMATIVE	9
Tipologia delle attività formative	9
Modalità di svolgimento delle attività formative	9
Discipline culturali e laboratori	9
ART. 10 - OBBLIGHI RELATIVI ALLA FREQUENZA	10
Frequenza obbligatoria a insegnamenti, laboratori e altre tipologie di corso	10
Modalità di rilevazione della frequenza	10
Frequenza obbligatoria del tirocinio curricolare	11
ART. 11 - GIUSTIFICAZIONI, ESONERI DALLA FREQUENZA E RECUPERO DEL DEFICIT ORARIO	11
Limiti minimi orari per la giustificazione delle assenze e per il recupero del deficit orario	11
Esoneri dalla frequenza	11
ART. 12 - RECUPERO DEL DEFICIT DELLE ORE DI FREQUENZA OBBLIGATORIE	12
Modalità di recupero del deficit orario	12
Mancato recupero del deficit orario	13
ART. 13 - PIANO DI STUDI	13
Piano di studi	13
Programmi d'esame	13
Insegnamenti opzionali	13

ART. 14 - ACCERTAMENTI, PROVE DI ESAME E ACQUISIZIONE DEI CREDITI	13
Accertamenti	13
Valutazione della prova e attribuzione del voto	14
Valutazione del tirocinio	14
Valutazione corsi software	14
ART. 15 - MODALITÀ PER PASSAGGIO DI CORSO ALL'INTERNO DEI CURRICULA DI STUDIO IUSVE	15
ART. 16 - PROVA FINALE DI BACCALAUREATO	15
Progetto di tesi	15
Prova finale e titolo di Baccalaureato	15
Rispetto della normativa in materia di privacy e riservatezza	15
ART. 17 - VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DELL'ATTIVITÀ ACCADEMICA	16
ART. 18 - CALENDARIO DIDATTICO	16
ART. 19 - REGOLAMENTO DEL TIROCINIO CURRICULARE	16
ART. 20 - APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO, SUE MODIFICHE E INTEGRAZIONI	16

ART. 1 - DEFINIZIONI

Il presente Regolamento didattico, in coerenza con gli Statuti e l'Ordinamento degli studi e in continuità con il Regolamento Generale dello IUSVE, disciplina l'organizzazione didattica del corso del Baccalaureato in *Advertising & Marketing*, per quanto non esplicitamente previsto nei suddetti documenti, del quale costituisce specifico Regolamento particolare.

ART. 2 - AREA DI AFFERENZA DEL CORSO

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è offerta formativa afferente all'Area di Comunicazione ed educazione, retta a norma degli Statuti IUSVE, da un Responsabile di Area e da un Consiglio di Area.

1. Responsabile di Area di Comunicazione ed educazione

Come previsto dagli Statuti IUSVE (art. 11 Stat.), il Responsabile di Area è nominato dal Presidente IUSVE, su indicazione del Direttore IUSVE, sentito il Consiglio di Istituto.

Come previsto dalla prassi organizzativa IUSVE, il Responsabile di Area resta in carica un triennio.

L'attuale Responsabile di Area di Comunicazione ed educazione è la prof.ssa Michela Drusian.

2. Il Consiglio di Area di Comunicazione ed educazione

Come previsto dagli Statuti IUSVE (art. 12 Stat.), il Consiglio di Area di Comunicazione ed educazione è formato dal Responsabile di Area, dai Coordinatori dei corsi, dagli eventuali coordinatori della Ricerca e della terza missione accademica e da eventuali Docenti e collaboratori che rivestono un incarico di responsabilità o coordinamento di settori, attività o progetti all'interno dell'Area.

Per l'a.a. 2023/24, il Consiglio di Area di Comunicazione ed educazione è composto da: Giovanna Bandiera, Chiara Bertato, Emilia Brovero, Nicolò Cappelletti, Michela Drusian, Tiziana Piccioni.

ART. 3 - OBIETTIVI FORMATIVI E AMBITI OCCUPAZIONALI

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* preparerà per una carriera afferente al campo strategico e creativo della pubblicità. Tutti i lavori pubblicitari richiedono la conoscenza dei principi fondamentali della brand building e del coinvolgimento del pubblico attraverso le piattaforme crossmediali, indipendentemente dal fatto che il brand sia un prodotto, un servizio, una celebrità, una nazione o una causa.

Il creativo pubblicitario è la figura professionale di riferimento per il Baccalaureato in *Advertising & Marketing*.

1. Obiettivi formativi

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* intende realizzare i seguenti obiettivi formativi:

- preparare le figure professionali del pubblicitario e dell'esperto di marketing oggi richieste in grado di essere da stimolo e alimento a livello culturale, pedagogico ed etico-sociale;
- conoscere, scegliere e utilizzare i linguaggi e le tecniche più idonee per assicurare una comunicazione efficace e vincente a livello pubblicitario;
- conoscenza delle dinamiche comunicative, pubblicitarie e di marketing interne ed esterne alle imprese;
- combinare funzionalmente la dimensione della creatività, del senso e del gusto del bello con le tecnologie più innovative;
- progettazione di contenuti crossmediali, prodotti per l'industria culturale e per il mondo della pubblicità;
- sviluppo e diffusione dei prodotti comunicativi attraverso diverse forme crossmediali con particolare attenzione ai linguaggi e alle tecniche sviluppati dalle nuove tecnologie (blogging, web services, social media, web site, tv digitale, advertising mobile);

- svolgere attività promozionale nel campo della comunicazione pubblicitaria e d'impresa per organizzazioni complesse attraverso forme di comunicazione cross mediale;
- armonizzare in modo sinergico abilità, tecniche, creatività, contenuti del messaggio, logiche di marketing, nel rispetto dell'identità e della dignità della persona;
- progettare e strutturare un corretto piano di marketing strategico multiplatforma (tradizionale, crossmediale e digitale) che sia etico e socialmente responsabile.

2. Profilo professionale

Il laureato in Advertising & Marketing avrà acquisito le competenze e sviluppato le capacità di:

- analisi della situazione dell'impresa dal punto di vista pubblicitario e di marketing;
- analisi critica delle diverse tecniche, metodologie e linguaggi pubblicitari;
- comprensione approfondita del ruolo sociale ed etico della pubblicità nella società e delle diverse possibilità di comportamento dei consumatori;
- composizione comunicativa nelle aree di copywriting, pianificazione dei media, ricerca e gestione dei profili aziendali;
- conoscenze approfondite in ambito linguistico-semiotico e sociologico, funzionali alla gestione delle tecniche e alla creazione dei prodotti pubblicitari tradizionali, crossmediali e digitali;
- progettazione concreta di contenuti pubblicitari tradizionali, crossmediali e digitali;
- sviluppo di una sensibilità e capacità di produzione che sia guidata da valori della condivisione, uguaglianza e rispetto, ispirandosi ai principi evangelici e di correttezza etica-morale-sociale;
- utilizzo della terminologia e delle teorie del settore dell'advertising e del marketing per presentare e supportare la presentazione del proprio lavoro;
- sviluppo di un set di abilità personali che includono la conoscenza delle proprie competenze, lo scrivere corretto ed esaustivo, il pensare in modo critico e il comunicare in modo efficace;
- consapevolezza degli obblighi etici, educativi e sociali collegati all'ambito pubblicitario.

3. Ambiti occupazionali

I laureati in *Advertising & Marketing* svolgeranno attività professionale in diversi ambiti quali:

- agenzie di comunicazione pubblicitaria;
- aziende che abbiano al proprio interno un ufficio di comunicazione grafica, pubblicitaria e integrata o di marketing;
- studi di progettazione creativa;
- agenzie marketing;
- uffici stampa;
- agenzie di progettazione creativa multimediale;
- web-agency e multimedia marketing-agency;
- agenzie di organizzazione di eventi;
- istituzioni pubbliche o sociali e la pubblica amministrazione;
- come freelance.

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è un percorso accademico culturale e professionalizzante che prepara professionisti in grado di inserirsi da subito nel mondo lavorativo con capacità culturali e tecnico-pratiche elevate.

ART. 4 - STRUTTURA DEL CURRICOLO

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing*, ha una durata di 6 semestri e si conclude con la discussione della tesi di Baccalaureato. Comprende attività formative per complessivi 180 ECTS.

Concorrono all'acquisizione degli ECTS tutte le attività previste dal Baccalaureato al fine di assicurare la formazione culturale e professionale degli Studenti.

ART. 5 - SEDE DEL CORSO

Le lezioni del corso si tengono presso la sede legale e operativa di Venezia – Mestre, in via dei Salesiani 15 e la sede operativa di Verona, Regaste San Zeno 17.

ART. 6 - ASPETTI ORGANIZZATIVI

Per l'organizzazione e la gestione del corso sono previsti i ruoli principali del Coordinatore di Corso e del Consiglio di Corso come indicato dagli Statuti e dall'Ordinamento degli studi IUSVE.

1. Coordinatore di Corso

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è diretto da un Coordinatore di Corso nominato dal Direttore IUSVE sentito il Responsabile di Area, con il compito di:

- coordinare l'attività didattica dei Docenti del Corso e supportarla in particolare nei momenti di criticità, in occasione dei quali incontra il Docente interessato e gli Studenti coinvolti e suggerisce le opportune soluzioni;
- seguire gli Studenti nel loro iter accademico generale, con particolare attenzione agli aspetti tipici della mission educativa salesiana;
- articolare il calendario annuale delle lezioni, nel rispetto degli indirizzi generali fissati dal Consiglio di Corso, stabilendo gli orari delle lezioni, dei laboratori, delle esercitazioni e/o del tirocinio;
- predisporre i Regolamenti particolari del proprio Corso, da sottoporre in approvazione al Consiglio di Corso e al Consiglio di Istituto;
- predisporre i criteri per l'approvazione dei progetti di tesi e per il riconoscimento ECTS, da sottoporre al Consiglio di Corso;
- nominare il secondo relatore ed esaminare le richieste di riconoscimento degli ECTS.

Nello svolgimento del suo compito, il Coordinatore di Corso può avvalersi di altre persone – nominate dal Direttore IUSVE su sua proposta, sentito il parere del Consiglio di Corso - affidando loro compiti specifici *ad tempus*.

Come previsto dalla prassi organizzativa IUSVE, il Coordinatore di Corso resta in carica un triennio.

L'attuale Coordinatore di Corso del Baccalaureato in *Advertising e Marketing* per la sede di Venezia e Verona è la dott.ssa Chiara Bertato.

2. Consiglio di Corso

Nel rispetto di quanto previsto dagli Statuti IUSVE (art. 14 Stat.), il Consiglio di Corso è nominato dal Direttore IUSVE su indicazione del Responsabile di Area. È formato dal Responsabile di Area, dal Coordinatore di Corso e da almeno due Docenti del Corso. Partecipa nella parte del Consiglio di Corso estesa alla partecipazione studentesca, il Rappresentante di tutti gli Studenti del Corso designato a norma degli Statuti IUSVE.

Annualmente, sulla base del Regolamento generale IUSVE e dei Regolamenti particolari, il Consiglio di Corso approva:

- i criteri previsti per il calendario annuale delle lezioni dei Corsi di Baccalaureato o di Licenza;
- la nomina dei Docenti invitati;
- i criteri per l'eventuale riconoscimento di ECTS;
- i progetti di tesi;
- le richieste degli Studenti secondo quanto stabilito nel Regolamento generale e nei Regolamenti particolari del Corso;
- ogni altra disposizione che risulti di sua competenza.

Per quanto di propria competenza, le decisioni del Consiglio di Corso hanno natura deliberativa, autorizzativa e vincolante per Docenti e Studenti afferenti al proprio Baccalaureato o Licenza.

Per l'a.a. 2023/24, il Consiglio di Corso dei Baccalaureati dell'Area di Comunicazione è composto, per la parte istituzionale e docente, dai proff. Michela Drusian (Responsabile di Area), Chiara Bertato (Coordinatrice del Baccalaureato), Nicolò Cappelletti, Andrea Barbato (Docente del Corso) e Federica Negri (Docente del Corso).

3. Commissione Riconoscimento ECTS

Per l'a.a. 2023/24, la Commissione riconoscimento ECTS è composta da proff.: Tiziana Piccioni, Emilia Brovero, Nicolò Cappelletti, Chiara Bertato.

4. Lingua inglese

Gli Studenti iscritti al corso di Baccalaureato sono tenuti, entro il termine del secondo anno accademico, a frequentare il corso e superare l'esame di Lingua Inglese. L'approvazione di tale esame è un prerequisito essenziale per accedere al modulo "English for Advertising e marketing" previsto nel Piano di Studi del terzo anno di Baccalaureato.

Esonero

Qualora lo studente ritenga di essere già in possesso delle competenze linguistiche potrà sostenere un esame di esonero dal corso di Lingua Inglese. L'esonero sarà organizzato nell'anno accademico di iscrizione (non sarà possibile per lo studente tentare l'esonero per più di una volta).

Considerato che l'esame di Lingua Inglese è stato strutturato per garantire una preparazione adeguata in vista del modulo di lingua previsto nel Piano di Studi, si precisa che non saranno accettate richieste di esonero basate su attestati, certificati o altri documenti comprovanti il livello di competenza linguistica.

Frequenza

Il corso di Lingua Inglese, per lo studente che non supererà l'esonero, prevede frequenza obbligatoria secondo le specifiche dei Corsi contenute nell'art. 10 comma 2.

Esame finale e valutazione

Il corso di lingua inglese non prevede la valutazione con una votazione in trentesimi ma saranno valutati con la dicitura approvato/non approvato e verranno inseriti nel profilo accademico dello studente. Sarà possibile sostenere l'esame finale nelle sessioni d'esame previste a calendario. Per ogni sessione di esame sarà calendarizzato un unico appello per il corso di Lingua Inglese.

Per gli Studenti immatricolati prima dell'a.a. 2023/2024, ovvero nel periodo di consegna obbligatoria di attestazione/certificazione, potranno procedere secondo la modalità che più si addice al proprio percorso di studi:

- Consegnare la certificazione/attestazione linguistica di livello B1 (la consegna va effettuata all'indirizzo baccalaureato.comunicazione@iusve.it e sarà valutata a insindacabile giudizio del Coordinatore dei Baccalaureati)
- Effettuare l'esame di esonero e in caso di non superamento, frequentare il corso obbligatorio di lingua inglese.

ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE E CRITERI DI RICONOSCIMENTO ECTS

1. Requisiti di ammissione

Ogni anno il Consiglio di Corso determina il numero massimo degli Studenti che si possono immatricolare al primo anno del Baccalaureato in *Advertising & Marketing*.

Possono iscriversi al Baccalaureato in *Advertising & Marketing* coloro che sono in possesso di un diploma di scuola media superiore di durata quinquennale o titolo equiparato conseguito all'estero.

Sono ammessi Studenti provenienti da altre università previa valutazione dei titoli e dei crediti universitari (ECTS).

2. Criteri di riconoscimento ECTS

La Commissione di riconoscimento ECTS opera il riconoscimento degli ECTS maturati da Studenti provenienti da altri corsi di laurea o in possesso di titoli o attestazioni valutabili.

La Commissione di riconoscimento ECTS in base alla carriera pregressa e opportunamente documentata dallo Studente, su richiesta dello stesso, potrà quindi procedere all'eventuale riconoscimento dei crediti formativi (ECTS) acquisiti dallo Studente nel corso di laurea di provenienza (o in altri corsi di laurea o post lauream), purché all'interno dello stesso settore scientifico-disciplinare (SSD) o di settori disciplinari riconosciuti dalla Commissione come "affini", tenendo presenti i contenuti, il numero di crediti ottenuti, il voto conseguito e l'anno di svolgimento (art. 9 RG).

Tali criteri sono inseriti in apposito Regolamento particolare e applicati dal Consiglio di Corso per il tramite della Commissione di riconoscimento ECTS.

In aggiunta, la Commissione di riconoscimento ECTS può riconoscere come crediti, dopo una valutazione di congruenza (di tipo documentale e/o diretto) rispetto al profilo professionale del corso di studio, anche le conoscenze e abilità professionali pregresse certificate ai sensi della normativa vigente in materia. In tal caso, il riconoscimento del numero di ECTS avverrà tenendo conto delle indicazioni contenute nel Regolamento Generale IUSVE (artt. 9-12 RG).

3. Riconoscimento di ECTS per il Servizio civile Nazionale

A integrazione di quanto disposto dal Regolamento Generale IUSVE (art. 12 RG), l'apposita Commissione può riconoscere alla specifica esperienza di Servizio Civile Nazionale fino a un massimo di 18 ECTS all'interno di un unico percorso di laurea (Baccalaureato o Licenza).

L'apposita Commissione, acquisita e verificata la documentazione consegnata dallo Studente, definisce quanti ECTS riconoscere all'esperienza di Servizio Civile Nazionale e indica quali sono gli specifici insegnamenti eventualmente convalidati.

Lo Studente dovrà presentare richiesta di Riconoscimento ECTS al termine del Servizio Civile Nazionale, corredando la sua richiesta nelle modalità operative indicate dalla Segreteria di Istituto.

ART. 8 - ORGANIZZAZIONE DEL CORSO DI STUDI

1. Durata

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è organizzato in tre anni al termine dei quali si ottengono 180 ECTS, secondo l'allegato parte integrante del presente Regolamento, in cui vengono stabiliti gli ECTS corrispondenti ai singoli insegnamenti, alle altre attività e alla prova finale.

2. Obiettivi formativi e contenuti

Per ogni anno il Consiglio di Corso delibera, per ciascuna disciplina gli obiettivi formativi, i contenuti disciplinari, il programma delle attività, le modalità di verifica del profitto, le modalità didattiche di svolgimento.

ART. 9 - ATTIVITÀ FORMATIVE

1. Tipologia delle attività formative

Le attività formative si distinguono per tipologia e per ambiti disciplinari. Le attività formative sono raggruppate nelle seguenti tipologie:

- a) discipline di base;
- b) discipline caratterizzanti;
- c) discipline integrative;
- d) discipline di tipo fondativo;
- e) laboratori, esercitazioni, seminari;
- f) tirocinio;
- g) discipline o attività opzionali;
- h) prova finale;
- i) altre discipline e attività.

2. Modalità di svolgimento delle attività formative

Le lezioni (anche quelle svolte in modalità *blended*) sono svolte dai Docenti titolari dei singoli insegnamenti: prevedono l'utilizzo di specifiche tecniche didattiche in presenza e/o a distanza, ed eventualmente la presenza di tutor d'aula e l'eventuale integrazione attraverso l'utilizzo della piattaforma «Sirius».

I laboratori e le esercitazioni sono svolti sotto la guida di Docenti titolari, eventualmente coadiuvati da figure di tecnici e/o esperti nominati dal Consiglio di Corso.

Il tirocinio si svolge presso strutture esterne convenzionate ed è regolato in base al "Regolamento del Tirocinio curriculare del Baccalaureato in *Advertising & Marketing*".

I seminari e gli eventi si svolgeranno sempre in modalità collegiale tra gli Studenti frequentanti le due sedi didattiche e, a giudizio insindacabile del Consiglio di Corso, verrà comunicato la sede di svolgimento che potrà variare in base ad aspetti logistici o alle provenienze dei relatori.

Come parte integrante delle lezioni di un insegnamento o laboratorio da frequentare, possono essere previsti, altresì, dei "focus", ovvero delle attività didattiche di approfondimento di una parte specifica del mondo della comunicazione.

Essi prevedono:

- l'incontro personale in un unico appuntamento con dei professionisti qualificati con la possibilità di porre domande e di interfacciarsi direttamente con loro;
- l'approfondimento di un tema di attualità o di estrema attualità da parte del Docente per la preparazione del laureando.

3. Discipline culturali e laboratori

Il percorso formativo accademico è organizzato per dare al laureato una formazione culturale teorica completa, a cui viene affiancato il percorso laboratoriale, in cui vengono sviluppati progetti pubblicitari tradizionali, per la rete e per il video e di strategia marketing. In tal modo la creatività progettuale potrà realizzarsi pienamente in prodotti, dispositivi e piattaforme diverse. L'abbinamento tra materie culturali e Laboratori è il valore aggiunto perché ogni competenza, come richiesto dai "Descrittori di Dublino", che verrà inserita in un progetto vero e proprio. Questo abbinamento si attuerà con un contatto stretto tra i docenti delle materie culturali e quelli dei Laboratori.

Per raggiungere il profilo professionale, l'ambito pubblicitario prevede i seguenti corsi culturali e i rispettivi Laboratori:

- Linguaggi e strategie dell'advertising e il Laboratorio di Advertising e strategy per la pubblicità tradizionale, cartacea, cartellonistica;

- Linguaggi e strategie dell'advertising multimediale e il Laboratorio di Advertising multimediale per la pubblicità video, crossmediale, siti internet e Display advertising;
- Linguaggi e strategie dell'advertising digitale e il Laboratorio di Advertising digitale per la pubblicità nel mondo digitale (social network, mobile advertising, Display advertising, Trick banners, Email advertising, Chat advertising, Online marketing platform).

L'ambito di marketing prevede i seguenti corsi culturali e i rispettivi Laboratori:

- Fondamenti di marketing e il Laboratorio di Marketing della comunicazione;
- Marketing strategico e *neuromarketing* e il Laboratorio di Marketing strategico e *neuromarketing*;
- Advertising management e marketing digitale e il Laboratorio di Advertising management e marketing digitale.

L'ambito di *corporate communication* e di *branding* prevede i seguenti corsi culturali e i rispettivi Laboratori:

- Identità fotografica della marca e il Laboratorio di Fotografia e identità visiva; Semiotica e il Laboratorio di *Brand positioning*;
- *Corporate communication* e il Laboratorio di *Corporate communication*.

ART. 10 - OBBLIGHI RELATIVI ALLA FREQUENZA

1. Frequenza obbligatoria a insegnamenti, laboratori e altre tipologie di corso

Ogni Studente è tenuto a frequentare tutte le lezioni dei corsi ai quali è iscritto, rispettando i limiti di frequenza obbligatoria previsti dal Regolamento Generale IUSVE (art. 18, comma 1, RG), ovvero:

- a) Corsi e corsi software: 2/3 del monte ore di lezione previsto;
- b) Laboratori: 100% del monte ore di lezione previsto.

2. Modalità di rilevazione della frequenza

In riferimento a ogni singola lezione, la rilevazione della frequenza avviene attraverso il gestionale GSD/DISCITE in una delle seguenti modalità:

- a) attraverso la generazione di un codice numerico ottenibile dal Docente nella PPD del proprio insegnamento. Tale codice successivamente viene inserito da ciascuno Studente nell'apposito spazio all'interno della propria PPS.
- b) spuntando manualmente la presenza dello Studente, cliccando sull'apposito pulsante accanto al suo nominativo, nella lista degli iscritti al proprio insegnamento presente nella PPD.

La registrazione della conferma della presenza in entrata è istantaneamente aggiornata nella PPS dello Studente che può dunque controllarne l'effettivo salvataggio. La stessa verifica va necessariamente effettuata al termine della lezione accertandosi della presenza del simbolo "P" di Presenza alla lezione di riferimento.

In caso di problematiche del sistema informatico di registrazione delle presenze o di malfunzionamenti del proprio dispositivo elettronico, lo Studente è tenuto ad apporre la propria firma utilizzando il supporto cartaceo messo a disposizione dal Docente.

La Segreteria didattica provvede a integrare settimanalmente le presenze raccolte in modalità cartacea con quanto registrato digitalmente.

Il Docente deve premunirsi di inviare alla Segreteria Didattica alla fine della lezione una scansione digitale chiara e leggibile delle presenze raccolte su supporto cartaceo.

Lo Studente che non risulti presente in una delle modalità previste (registro informatico GSD/DISCITE o supporto cartaceo sostitutivo) è considerato assente alla lezione, senza possibilità di deroghe o giustificazioni da parte del Docente interessato.

In caso di registrazioni di presenza irregolari o false, il Coordinatore di Corso, opportunamente informato dal Docente titolare della lezione interessata o dalla Segreteria didattica di riferimento, provvede a inoltrare allo Studente un richiamo formale scritto. Il Consiglio di Corso è chiamato, poi, a valutare eventuali e ulteriori provvedimenti nei confronti dello Studente.

La Segreteria didattica di riferimento provvede a cancellare la presenza irregolare o falsa. Lo Studente risulterà, pertanto, assente dalla lezione.

3. Frequenza obbligatoria del tirocinio curricolare

Il Tirocinio deve essere completato per tutto il monte ore previsto.

Il Consiglio di Corso di riferimento può riconoscere come parzialmente o totalmente sostitutive degli obblighi di tirocinio altre attività svolte in specifici settori connessi con la figura professionale delineata dal Corso di Laurea di appartenenza. Ciò purché tali attività siano opportunamente documentate sia sul piano quantitativo che su quello qualitativo.

Tale documentazione dovrà essere accompagnata da un'attestazione dell'Ente in cui lo Studente ha svolto le attività sostitutive, dalle quali risulti:

- a)** periodo di svolgimento delle attività (dal/al);
- b)** profilo professionale ricoperto;
- c)** quantità di ore settimanali svolte nella funzione.

Tale attestazione, redatta in carta intestata dell'Ente dichiarante, dovrà essere firmata dal Responsabile di tale Ente.

La documentazione presentata dallo Studente viene valutata dal Consiglio di Corso di riferimento, o eventualmente dalla Commissione di Riconoscimento Crediti interna a ogni Area a questo delegata, in particolare in merito alla coerenza fra le mansioni dichiarate e il profilo in uscita del percorso di studi frequentato.

Ogni Studente dovrà riferirsi al competente Supervisore di Tirocinio del Corso di Laurea di appartenenza per ricevere informazioni dettagliate in merito a tali adempimenti.

ART. 11 - GIUSTIFICAZIONI, ESONERI DALLA FREQUENZA E RECUPERO DEL DEFICIT ORARIO

1. Limiti minimi orari per la giustificazione delle assenze e per il recupero del deficit orario

Lo Studente che non abbia maturato l'ammontare di frequenza obbligatoria (art. 18 RG), può recuperare il deficit orario, nelle modalità previste dal successivo art. 12, purché abbia frequentato il numero minimo di ore seguente:

- In caso di lezioni relative a Corsi: frequenza di almeno il 50% del monte ore di lezione previsto;
- In caso di lezioni relative a Laboratori: frequenza di almeno l'80% del monte ore di lezione previsto;
- In caso di corsi di software: frequenza di almeno il 50% del monte ore di lezione previsto.

2. Esoneri dalla frequenza

Posti gli obblighi di frequenza previsti dal Regolamento Generale IUSVE, in casi particolari, valutata la questione in sede di Consiglio di Corso, il Coordinatore di Corso può concedere l'esonero dalla frequenza alle lezioni di un determinato insegnamento, consentendo ugualmente l'esame (art. 18, comma 2, RG). Tale esonero dalla frequenza può essere valutato e concesso solamente in presenza di una delle seguenti ragioni:

- a)** coincidenza oraria dei corsi in caso di piano di studi individuale con convalide e riconoscimenti di crediti;
- b)** malattia/infortunio prolungato;
- c)** gravidanza/maternità;
- d)** tirocinio curricolare internazionale.

Lo Studente deve presentare l'eventuale richiesta di esonero dalla frequenza entro i seguenti termini:

- Entro il 1 settembre: corsi erogati nel 1° semestre
- Entro il 1 febbraio: corsi erogati nel 2° semestre

Le richieste incomplete o non documentate idoneamente non verranno prese in considerazione.

ART. 12 - RECUPERO DEL DEFICIT DELLE ORE DI FREQUENZA OBBLIGATORIE

1. Modalità di recupero del deficit orario

Il recupero del deficit orario può avvenire esclusivamente tramite una delle seguenti modalità:

A. Materiale integrativo fornito dal Docente dell'insegnamento interessato.

Lo Studente può richiedere al Docente dell'insegnamento interessato di fornirgli materiale integrativo inerente la sua disciplina sotto forma di: bibliografia integrativa; recensione di un testo; analisi di un documento o file multimediale e relativa relazione.

Definita la modalità di recupero in accordo con il Docente dell'insegnamento interessato, lo Studente deve avvisare la Segreteria didattica, indicando nel testo della mail:

1. nome e cognome;
2. matricola e anno accademico di frequenza;
3. indicazione delle singole lezioni saltate (insegnamento, data e ora);
4. modalità di recupero concordata.

In tale comunicazione lo Studente inserisce in copia per conoscenza anche il Docente.

È responsabilità dello Studente recuperare il deficit orario secondo la modalità concordata con il Docente, su cui grava la verifica concreta del rispetto degli accordi presi.

B. Credito orario maturato in eventi specifici

Lo Studente può scegliere di utilizzare un "credito orario" maturato attraverso la partecipazione a eventi (convegni, seminari, ecc.) organizzati da IUSVE o da una singola Area, solo se attinenti all'insegnamento il cui orario è da recuperare.

A tal fine, sarà cura di IUSVE o dell'Area che organizza l'evento dichiarare quali siano gli insegnamenti per i quali è previsto il credito orario e l'ammontare in ore dello stesso (es. 2 ore).

Lo Studente non potrà vantare un credito orario per un insegnamento differente da quelli indicati da IUSVE o dall'Area. Ogni domanda contraria è da considerarsi irricevibile.

Nel caso in cui potesse e decidesse di utilizzare questo "credito orario", lo Studente deve avvisare la Segreteria didattica, indicando nel testo della mail:

1. nome e cognome;
2. matricola e anno accademico di frequenza;
3. indicazione delle singole lezioni saltate (insegnamento, data e ora);
4. evento in cui ha maturato il credito orario.

Alla mail di richiesta dovrà essere allegata debita attestazione (digitale o cartacea) di partecipazione all'evento.

2. Mancato recupero del deficit orario

Lo Studente che non abbia maturato l'ammontare di frequenza obbligatoria (art. 18 RG) e non abbia colmato il deficit orario nella modalità indicata, non è ammesso all'esame e deve rifrequentare per intero, nell'anno accademico successivo, le lezioni dell'insegnamento interessato (o equivalente indicato dal Coordinatore di Corso).

ART. 13 - PIANO DI STUDI

1. Piano di studi

Ciascuno Studente deve svolgere tutti gli esami previsti dal proprio Piano di studi. Eventuali modifiche del Piano di studi devono essere autorizzate dal Consiglio di Corso.

2. Programmi d'esame

Ogni Docente stabilisce un programma d'esame in merito al proprio insegnamento/laboratorio, che vale per l'anno accademico in cui è stato previsto.

Lo Studente che non sosterrà l'esame nell'anno accademico in cui ha frequentato le lezioni, sarà tenuto a contattare il Docente per verificare se il programma e le modalità d'esame abbiano subito delle modifiche. Altrettanto dovrà fare nell'ipotesi in cui il Docente titolare del corso sia nel frattempo cambiato.

3. Insegnamenti opzionali

Vengono qualificati come "opzionali" gli insegnamenti che lo Studente può scegliere tra quelli proposti dal Consiglio di Corso del percorso di studi di appartenenza.

Lo Studente può altresì richiedere di frequentare come opzionale un insegnamento attivato negli altri Corsi di Baccalaureato o Licenza IUSVE, previa autorizzazione del proprio Consiglio di Corso di appartenenza e di quello in cui è attivato l'insegnamento scelto.

Gli esami relativi agli insegnamenti opzionali dovranno essere sostenuti nel rispetto di quanto previsto nell'art. 14.2, cui si rinvia.

ART. 14 - ACCERTAMENTI, PROVE DI ESAME E ACQUISIZIONE DEI CREDITI

1. Accertamenti

Lo Studente acquisisce i crediti previsti per ogni corso o attività con il superamento di una prova di esame che si svolgerà nelle sessioni ufficiali previste nel Calendario Generale dello IUSVE.

L'esame consiste in una prova individuale che può essere scritta, orale, pratica o mista. Per ciascuna attività didattica indicata nel Piano di Studi la prova d'esame è indicata nella scheda del corso visibile in PPS (Pagina personale Studente). La modalità d'esame può prevedere un lavoro di gruppo, ma la valutazione sarà sempre espressa individualmente. Le verifiche scritte possono consistere in una prova a risposta aperta o chiusa, nonché in una relazione dello Studente su un argomento concordato col Docente. L'esame orale è pubblico, salvo il diritto alla privacy del corsista.

Le modalità di esame sono specificate nel Titolo VII del Regolamento Generale IUSVE (artt. 24-32 RG), alla cui attenta lettura si rinvia.

Come previsto dal Regolamento Generale IUSVE (art. 27 RG), gli esami si svolgono nella sede in cui lo Studente risulta iscritto o in quello in cui ha frequentato le lezioni del relativo insegnamento.

In attuazione alla disposizione del Regolamento Generale che prevedono possibili deroghe da parte del Consiglio di Corso (art. 27, comma 2, RG), gli Studenti possono iscriversi per sostenere un esame anche nella sede didattica diversa dalla propria sede compilando il Modulo di Richiesta al Consiglio di Corso e inviandolo alla Segreteria didattica (didattica.comunicazione@iusve.it).

Questa opzione può essere esercitata prima dell'apertura delle iscrizioni all'appello della data di esame prescelta, purché sia lo stesso Docente a tenere il corso. Per ogni esame lo Studente ha diritto a un solo spostamento: eventuali casi eccezionali saranno valutati singolarmente tramite richiesta al Consiglio di Corso.

2. Valutazione della prova e attribuzione del voto

Il superamento positivo della prova d'esame comporta l'attribuzione di un voto espresso in trentesimi (o con la valutazione di approvato/non approvato) e l'acquisizione dei relativi ECTS.

L'esame è superato quando la prova ottiene una valutazione pari o superiore a diciotto/trentesimi (18/30) o approvato.

In caso di valutazione pari a trenta/trentesimi (30/30) e in presenza di una particolare qualità espressa nella prova, il Docente può valutare l'aggiunta della lode.

Il voto attribuito in sede d'esame concorre a determinare il voto finale di Laurea.

I Laboratori non prevedono la valutazione con una votazione in trentesimi ma solo con "approvato" oppure "non approvato". Nel caso lo Studente non superasse l'esame del laboratorio dovrà presentare entro la fine dell'anno accademico il lavoro progettuale rivisto con i criteri indicati dal Docente.

Per tutto quanto qui non indicato, si rinvia a un'attenta lettura di quanto previsto nel Regolamento Generale.

3. Valutazione del tirocinio

Secondo quanto indicato nel "Regolamento del Tirocinio curriculare di *Advertising & Marketing*", per essere valutato, ogni singolo periodo di tirocinio previsto in Piano di Studi deve essere completato per tutto il monte ore previsto.

4. Valutazione corsi software

Obiettivi dei Corsi

Nel curriculum del Baccalaureato, i corsi Software mirano a fornire gli strumenti e le metodologie necessarie per conseguire gli obiettivi stabiliti dal percorso di studi. Questi moduli sono concepiti per trasmettere le competenze e le conoscenze essenziali per utilizzare i principali software adoperati nel contesto professionale di riferimento.

Frequenza

La frequenza ai corsi è obbligatoria, così come indicato nell'art. 10 comma 2.

Esame e valutazione

I corsi di Software non prevedono la valutazione con una votazione in trentesimi, ma saranno valutati con la dicitura approvato/non approvato e verranno inseriti nel profilo accademico dello studente. Sarà possibile sostenere l'esame nelle sessioni d'esame previste a calendario. Per ogni sessione di esame sarà calendarizzato un unico appello per ogni corso di software.

Per gli Studenti immatricolati prima dell'a.a. 2023/2024 sarà possibile sostenere gli esami Software (attivati fino all'a.a. 2022/2023) nelle medesime sessioni previste per i corsi di Software.

Superamento del corso

Lo studente supera il corso di Software se l'esame risulta approvato.

Esonero

Possono accedere all'esonero gli Studenti che hanno frequentato il primo o il secondo anno e che, avendo delle competenze pregresse, possono presentarsi all'esonero.

Neo-immatricolati

Possono accedere all'esonero gli Studenti neo-immatricolati che avendo delle competenze pregresse nei software Adobe Photoshop o Adobe Illustrator, vogliono essere esonerati dal corso dei due software indicati.

ART. 15 - MODALITÀ PER PASSAGGIO DI CORSO ALL'INTERNO DEI CURRICULA DI STUDIO IUSVE

Nel caso di passaggio di uno Studente da un curriculum a un altro afferente alla medesima Area di appartenenza in IUSVE, se il numero dei crediti acquisiti dallo Studente in uno o più settori disciplinari risulta inferiore al numero dei crediti richiesto dall'ordinamento didattico del nuovo corso di studi (sulla base di apposite tabelle di equivalenza predisposte in merito), lo Studente procederà all'integrazione sostenendo l'esame sulla parte indicata dal Docente della disciplina.

Il Consiglio di Corso può prevedere, secondo quanto già indicato, attività comune a più Corsi per il recupero crediti.

ART. 16 - PROVA FINALE DI BACCALAUREATO

1. Progetto di tesi

Lo Studente è tenuto a concordare con un Docente il tema da svolgere seguendo le indicazioni contenute nel "Vademecum per la tesi IUSVE".

In attuazione a quanto previsto dal Regolamento Generale IUSVE (art. 36 RG), il modulo di Richiesta Progetto di tesi dovrà essere compilato entro i termini indicati dal Calendario generale IUSVE e secondo le modalità operative indicate dalla Segreteria generale IUSVE: utilizzando il pdf editabile scaricabile dal sito, lo Studente dovrà compilare il Progetto di tesi in ogni sua parte, sottoscriverlo con le firme digitali dello Studente e del Docente relatore, e inviarlo via mail alla Segreteria didattica di Area.

Lo Studente riceverà dal Consiglio di Corso la risposta sull'approvazione o sul rifiuto del Progetto di tesi con le indicazioni di merito, secondo quanto definito nel Regolamento Generale (art. 36 RG).

In aggiunta a quanto previsto dal Regolamento Generale IUSVE, per cambiare il titolo della tesi lo Studente deve ricevere una nuova approvazione che dovrà essere richiesta almeno 3 mesi prima della data di consegna della tesi al Consiglio di Corso. Non sono, pertanto, consentiti cambi di titolo di tesi a ridosso della consegna.

2. Prova finale e titolo di Baccalaureato

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* si consegue con l'acquisizione degli ECTS previsti dal Piano di studi e il superamento con esito positivo della prova finale. L'elaborato può essere redatto anche in una lingua straniera, se preventivamente concordato con il Coordinatore di Corso.

La prova finale è costituita dalla discussione e valutazione di una tesi (elaborata sotto forma di documento scritto o di altro elaborato informatico) a cura dello Studente, sotto la guida di un Docente relatore. In generale, la discussione della tesi avverrà di fronte a una Commissione nominata dal Direttore IUSVE, la cui composizione è disciplinata nel Regolamento Generale IUSVE (art. 38 RG).

Le modalità e la tempistica per la realizzazione e la consegna sono indicate nel Regolamento Generale (art. 37 RG), integrato dalle norme tecniche di stesura della tesi previste dal "Vademecum per la tesi IUSVE" nel Documento "Indicazioni per la stesura e la valutazione della tesi triennale", scaricabili dal sito IUSVE.

La valutazione della tesi e quella della sua difesa orale sono indicate nel Regolamento Generale IUSVE (art. 39 RG), in cui è riportata anche una tabella di conversione dei voti da trentesimi (secondo il sistema universitario della Santa Sede) in centodecimi (al fine di una comparazione con l'ordinamento universitario italiano).

3. Rispetto della normativa in materia di privacy e riservatezza

In caso di tesi di tipo sperimentale, che prevedano attività di ricerca rilevanti ai fini della privacy, il laureando, coordinato dal suo Docente relatore di tesi, dovrà compilare e predisporre tutta la documentazione prevista dalla procedura IUSVE in materia di trattamento dei dati personali dei soggetti coinvolti nella ricerca.

Al laureando potrà essere chiesto di sottoscrivere un “impegno di riservatezza” relativamente alle informazioni, alle conoscenze e ai materiali riservati o non pubblicamente accessibili, che verranno messi a disposizione dal Docente relatore per lo sviluppo della tesi o di altra prova finale.

ART. 17 - VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DELL'ATTIVITÀ ACCADEMICA

Il Consiglio di Corso attua forme di valutazione della qualità delle attività didattiche, secondo le indicazioni del Regolamento generale IUSVE in raccordo con l'Ufficio Promozione Qualità di IUSVE.

Per tale valutazione il Consiglio di Corso si avvale delle iniziative generali di valutazione previste da IUSVE, eventualmente integrate da forme di rilevazione e valutazione specifiche dell'Area.

ART. 18 - CALENDARIO DIDATTICO

Il calendario didattico viene pubblicato entro l'inizio di ogni nuovo anno accademico nella Pagina Personale Studenti (PPS) e Docenti (PPD). Ogni variazione sarà comunicata tramite la medesima modalità.

L'orario di lezione/laboratori è indicativamente il seguente: dal lunedì al giovedì dalle 9.00 alle 13.30 e in alcune pomeriggi, inclusi i software; il mercoledì e il venerdì per le lezioni dei corsi opzionali per un totale di circa 25/30 ore accademiche a settimana.

A seguito di iniziative particolari, promosse dall'istituzione in accordo con i Docenti, potranno avvenire eventuali modificazioni di giornata, orario o sede, con segnalazione su sito e/o su PPD/PPS.

ART. 19 - REGOLAMENTO DEL TIROCINIO CURRICULARE

Il “Regolamento del Tirocinio curriculare di *Advertising & Marketing*”, con le indicazioni relative alla procedura da seguire e i moduli da compilare, è rinvenibile nella piattaforma «Sirius». Lo Studente è tenuto a prenderne visione in ogni sua parte e a seguire le indicazioni in essa contenute, vincolanti ai fini dell'esperienza da svolgere.

ART. 20 - APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO, SUE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

Il Regolamento didattico del Baccalaureato in *Advertising & Marketing*, è approvato dal Consiglio di Corso, su proposta del Coordinatore di Corso, ed è vincolante nelle sue disposizioni per tutti gli Studenti iscritti nell'a.a. 2023/24.

Le modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Coordinatore di Corso o da almeno un terzo dei membri del Consiglio di Corso e sono approvate con il voto favorevole della maggioranza dei componenti del Consiglio.

In caso di eventuali modifiche agli Statuti, all'Ordinamento degli Ordinamenti o al Regolamento Generale IUSVE, il Consiglio di Corso dovrà procedere in ogni caso alla modifica e all'integrazione del presente Regolamento didattico, per adeguarlo a quanto in essi previsto.

Il presente Regolamento ha validità per tutto l'a.a. 2023/24 e deve essere rispettato da tutti gli Studenti e i Docenti interessati.

PIANO DI STUDI A.A. 2023/24

Classe di Laurea "affine" (secondo il Sistema universitario italiano):

L-20 Scienze della comunicazione *

PRIMO ANNO

INSEGNAMENTO	ECTS
Corporate communication	5
Identità fotografica della marca	5
Linguaggi e strategie dell'advertising	5
Semiotica	5
Teorie della comunicazione - Communication Theory	4
Psicologia della personalità	4
Pedagogia generale	4
Sociologia dei consumi e della pubblicità	4
Storia dell'arte contemporanea	4
Antropologia filosofica e comunicazione	4
Laboratorio di Corporate communication	4
Laboratorio di Fotografia e identità visiva	4
Laboratorio di Advertising e strategy	4
Laboratorio di Brand positioning	4
Totale crediti	60

SECONDO ANNO

INSEGNAMENTO	ECTS
Fondamenti di marketing	5
Linguaggi e strategie dell'advertising multimediale	5
Linguaggi e strategie dell'advertising digitale	5
Psicologia della comunicazione	4
Copywriting e creatività pubblicitaria	4
Statistica e metodologia della ricerca per le scienze della comunicazione	4
Teologia della comunicazione	3
Etica e deontologia	4
Estetica	4
Sociologia del marketing	4

Corso opzionale 1	3
Corso opzionale 2	3
Laboratorio di Marketing della comunicazione	4
Laboratorio di Advertising multimediale	4
Laboratorio di Advertising digitale	4

Totale crediti	60
-----------------------	-----------

TERZO ANNO (attivato nell'anno accademico 2021/2022)

INSEGNAMENTO	ECTS
Advertising management e marketing digitale	5
Marketing strategico e neuromarketing	5
Diritto dell'informazione e della comunicazione	3
English for advertising & marketing	4
Pedagogia della comunicazione	4
Metodologia del lavoro scientifico	3
Psicologia del marketing e dell'advertising	4
Corso opzionale 3	3
Corso opzionale 4	3
Laboratorio di Advertising management e marketing digitale	4
Laboratorio di Marketing strategico e neuromarketing	4
Tirocinio	10
Tesi	8

Totale crediti	60
-----------------------	-----------

Totale crediti	180
-----------------------	------------

* I titoli di Baccalaureato e di Licenza IUSVE, rilasciati dall'Università Pontificia Salesiana, sono titoli accademici del sistema universitario della Santa Sede, facente parte del Sistema Europeo di Istruzione Superiore (EHEA).

I titoli di Baccalaureato sono titoli accademici di 1° livello, di durata triennale, per 180 ECTS.

I titoli di Licenza sono titoli accademici di 2° livello, di durata biennale, per 120 ECTS.

Nei documenti IUSVE ogni riferimento alle classi di laurea italiane "affini" costituisce un'indicazione non vincolante riportata esclusivamente per agevolare la comparazione fra i titoli IUSVE/UPS, appartenenti al sistema universitario della Santa Sede, e le codifiche specifiche del sistema universitario italiano.

Per ulteriori chiarimenti, vedi: <https://www.iusve.it/riconoscimento-titolo>



Istituto Universitario Salesiano Venezia

Aggregato alla Facoltà di Scienze dell'Educazione
dell'Università Pontificia Salesiana di Roma

Sede di Venezia

(legale e operativa)

Via dei Salesiani, 15
30174 Venezia-Mestre
T. +39 0415498511

Sede di Verona

(operativa)

Regaste San Zeno, 17
37123 Verona
T. +39 0415498580

didattica.comunicazione@iusve.it