



A&M

Laurea Triennale
**Advertising &
Marketing**

REGOLAMENTO **A&M**
2019/2020

ART. 1**Definizioni**

§1. Il presente Regolamento del corso di Baccalaureato/Laurea Triennale internazionale in *Advertising & Marketing* (A&M), in coerenza con gli Statuti e gli Ordinamenti dello IUSVE e in continuità con il Regolamento Generale, disciplina l'organizzazione didattica del corso di studio, per quanto non esplicitamente previsto nei suddetti documenti.

§2. Il regolamento didattico è approvato dal Consiglio di Istituto su proposta del Direttore di Dipartimento. Le modifiche, in prima istanza, vengono fatte dal Direttore del Dipartimento sentito il parere del Consiglio di Corso del Dipartimento e in maniera definitiva dal Consiglio di Istituto dello IUSVE.

ART. 2**Obiettivi formativi e ambiti occupazionali**

Il Corso di Baccalaureato/Laurea Triennale internazionale 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 Corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing*.

§1. Obiettivi formativi

Il Corso di Baccalaureato/Laurea Triennale 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, pubblica e d'impresa per organizzazioni complesse pubbliche e/o private 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 nel Corso di Baccalaureato/Laurea Triennale 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 degli 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 del Corso di Baccalaureato/Laurea Triennale 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 Corso di Baccalaureato/Laurea Triennale 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.

§4. Risultati di apprendimento attesi

Il laureato in *Advertising & Marketing* potrà operare:

- come creativo pubblicitario nelle aree del marketing e della comunicazione pubblicitaria di brand;
- in agenzie di comunicazione e società di consulenza e di ricerche di mercato a livello nazionale e internazionale;
- come creativo e progettista di prodotti pubblicitari standard e audiovisivi tradizionali, crossmediali e digitali;
- come addetto stampa, operatore del news management e delle strategie di rapporto con i mezzi di informazione di una agenzia o azienda;
- come addetto alle relazioni pubbliche;
- come copywriter;
- come esperto della pianificazione dei media, organizzatore eventi, pubblicitario, content editor per l'advertising;
- come specialista dei media;
- come pianificatore e promotore di eventi.

Il laureato nel Corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* deve:

- possedere le competenze per svolgere ruoli di responsabilità gestionale della comunicazione pubblicitaria e di marketing nelle aziende, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni non profit e nelle agenzie professionali che realizzano pubblicità e prodotti di comunicazione (eventi, advertising, campagne pubblicitarie, servizi per la stampa e relazioni pubbliche);
- possedere competenze creative, progettuali e metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali di enti pubblici, di imprese e di organizzazioni non profit;
- possedere abilità metodologiche idonee alla gestione dei flussi di comunicazione interna e esterna di imprese, di enti e aziende pubbliche e di organizzazioni del terzo settore;
- possedere le competenze necessarie per l'uso delle nuove piattaforme digitali per l'advertising e il marketing della comunicazione per la gestione dei processi promozionali delle imprese, delle organizzazioni pubbliche e non profit;
- possedere le competenze per realizzare prodotti comunicativi eticamente e pedagogicamente ispirati e socialmente utili;
- possedere la padronanza scritta e orale di almeno una lingua dell'Unione Europea, oltre all'italiano.

Ai fini indicati i curricula dei corsi di Baccalaureato/Laurea Triennale comprendono le seguenti competenze:

- attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze fondamentali nei vari campi della comunicazione, dell'informazione, dell'advertising e del marketing con riferimento anche all'analisi dei media impiegati nella comunicazione delle imprese, degli enti pubblici e non profit;
- attività dedicate all'applicazione dei metodi propri della ricerca sulla comunicazione e sulla cultura organizzativa, sulle dinamiche di gestione nelle organizzazioni e sulle caratteristiche e stili di comportamento dei pubblici;
- attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze e delle tecniche del lavoro creativo e di promozione e gestione dei piani di comunicazione pubblicitaria e di marketing. I curricula dei corsi di Baccalaureato prevedono attività laboratoriali e/o di stage anche nella forma di attività esterne (tirocini formativi presso enti, aziende e organizzazioni non profit, oltre a soggiorni di studio presso altre università italiane e straniere).

ART. 3

Struttura del curriculum

Il percorso di Baccalaureato/Laurea Triennale si articola in 3 anni con 60 Crediti Formativi Universitari (ECTS) annuali per complessivi 180 ECTS.

Per ottenere i crediti e sostenere gli esami di profitto lo studente è tenuto alla frequenza di almeno 2/3 delle lezioni programmate e del 100% per i Laboratori e i software.

ART. 4

Sede del corso e ammissione

La Sede istituzionale del corso di Baccalaureato/Laurea Triennale in *Advertising & Marketing* è nel Campus di Mestre in via dei Salesiani 15, presso la sede Universitaria dello IUSVE e nel Campus di Verona in Regaste San Zeno 17.

Il numero di ammessi al corso di laurea per l'anno accademico 2019/2020 è di 100 studenti per il Campus di Mestre e di 100 studenti per il Campus di Verona.

Sono previste delle prove di selezioni individuali motivazionali per accertare la preparazione, predisposizione e motivazione dello studente rispetto al profilo professionale finale richiesto composte da un test scritto e da una prova orale per coloro che superano il test scritto. La Commissione che presiede la selezione sarà formata dal Direttore di Dipartimento e da almeno due altri membri, il cui giudizio sarà insindacabile.

Possono iscriversi al Baccalaureato/Laurea Triennale 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/o dei Crediti Formativi Universitari (ECTS).

ART. 5

Aspetti organizzativi

Per l'organizzazione e gestione del corso sono previsti alcuni ruoli accanto al Direttore di Dipartimento e al Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione previsti dagli Ordinamenti IUSVE.

§1. Direttore di Dipartimento

Il corso di Baccalaureato/Laurea Triennale in *Advertising & Marketing* è diretto da un Direttore del Dipartimento nominato dal Preside su indicazione del Consiglio di Istituto con il compito di:

- garantire la qualità e la struttura del profilo di corso;
- proporre al Preside e al Consiglio di Istituto i docenti richiesti dalle varie discipline e/o attività formative;
- predisporre, assieme al Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione, il Regolamento Didattico del corso.

Spetta al Direttore del Dipartimento o a un suo delegato:

- articolare il calendario del Curriculum, nel rispetto degli indirizzi generali fissati dal Collegio Docenti, stabilendo gli orari delle lezioni, delle esercitazioni, degli stages e/o del tirocinio;
- coordinare le attività formative e vigilare sull'osservanza dei programmi didattici in conformità agli indirizzi dello IUSVE;
- coordinare l'attività didattica dei docenti invitati;
- informare il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione sull'andamento didattico e formativo del Corso.

Nello svolgimento del suo compito può avvalersi di altre persone, nominate dal Preside IUSVE su sua proposta sentito il parere del Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione, affidando

loro compiti specifici *ad tempus* come ad esempio il coordinamento dell'attività didattica in funzione del profilo professionale e delle competenze previste dal corso di Baccalureato/Laurea Triennale in oggetto, i colloqui con le aziende per i tirocini, la selezione degli studenti per i tirocini.

§2. Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione

Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione è formato dal Direttore del Dipartimento e da almeno due docenti del percorso di laurea triennale e magistrale scelti dal Direttore del Dipartimento e nominati dal Preside, udito il parere del Consiglio di Istituto. Del Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione fanno parte le rappresentanze studentesche secondo quanto disposto dagli Statuti.

Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione ha i seguenti compiti:

- deliberare per ciascuna disciplina gli obiettivi formativi, i contenuti disciplinari;
- deliberare il programma delle attività;
- deliberare le modalità di verifica del profitto;
- deliberare le modalità didattiche di svolgimento;
- rispondere alle richieste di deroga al Regolamento da parte degli studenti, nei casi stabiliti.

Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione per l'anno accademico 2019-2020 sarà composto da: Chiara Bertato, Giovanna Bandiera, Emilia Brovero, Nicolò Cappelletti, Mariano Diotto, Marco Scarcelli.

§3. La Commissione Riconoscimento Crediti

La Commissione Riconoscimento Crediti per il corso di Baccalureato/Laurea triennale è formata da: Nicolò Cappelletti, Mariano Diotto, Marco Scarcelli.

ART.6

Requisiti di ammissione e criteri di riconoscimento di crediti formativi

§1. Riconoscimento crediti

La Commissione Riconoscimento Crediti 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, nonché altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post secondario alla cui progettazione e realizzazione abbia già concorso lo IUSVE. In tal caso, il riconoscimento del numero dei crediti avverrà tenendo conto delle ore di attività svolta, dei contenuti erogati, delle valutazioni ottenute, della tipologia dell'Ente erogatore.

ART. 7

Organizzazione del corso di studi

Il corso è organizzato in tre anni al termine dei quali si ottengono 180 ECTS, secondo quanto riportato successivamente in cui vengono stabiliti i crediti ottenibili con i singoli insegnamenti ed altre attività e con la prova finale.

Annualmente il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione 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. 8

Modalità di svolgimento delle attività formative

Le lezioni e le lezioni in videoconferenza interattiva 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.

I Focus sono delle attività didattiche di approfondimento di una parte specifica del mondo della comunicazione.

Prevedono:

- l'incontro di una esperienza lavorativa interessante per un gruppo ristretto di studenti;
- 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.

I laboratori e le esercitazioni sono svolti sotto la guida di docenti titolari coadiuvati da figure di tecnici e/o figure di esperti nominati dal Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione.

Gli eventi, i Focus e i seminari si svolgeranno sempre in modalità collegiale tra gli studenti frequentanti le due sedi didattiche e, a giudizio insindacabile del Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione, verrà comunicato il Campus di svolgimento che potrà variare in base ad aspetti logistici o alle provenienze dei relatori.

Le attività di Laboratorio e di tirocinio sono svolte presso strutture esterne convenzionate.

ART. 9

Propedeuticità

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*.

Per i suddetti corsi lo studente dovrà aver maturato la frequenza dei corsi culturali per poter partecipare ai rispettivi Laboratori.

ART. 10

Obblighi di frequenza

§1. La frequenza alle attività programmate è obbligatoria almeno per i 2/3 delle ore stabilite. I principi che governano gli obblighi di frequenza per accedere agli esami sono i seguenti:

- nel caso delle lezioni, dei seminari e del tutorato allo studio individuale si intende per obbligo di frequenza l'aver partecipato per almeno i 2/3 delle lezioni;
- per quanto riguarda i laboratori e i software la frequenza è obbligatoria al 100%;
- per quanto riguarda il tirocinio viene richiesto il completamento di tutto il monte ore previsto.

Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione può riconoscere come parzialmente o totalmente sostitutive delle attività di tirocinio attività svolte in specifici settori connessi con la figura professionale del corso, purché documentate sul piano quantitativo e qualitativo e accompagnate da una relazione dello studente e da una valutazione positiva della documentazione presentata.

È facoltà dello studente, nel caso in cui al termine dell'erogazione del corso non risultasse in regola con le frequenze previste per l'ammissione agli esami, inoltrare una richiesta al Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione entro e non oltre 1 settimana dall'ultima lezione indicando esplicitamente dei validi motivi per essere ammesso. Verranno rigettate automaticamente richieste generiche o non specifiche sulle motivazioni e non verranno prese nuovamente in considerazione se riguardanti lo stesso corso. Motivazioni riguardanti problemi di salute, famigliari o lavorativi non

verranno prese in considerazione in quanto già recuperabili con le modalità di seguito esposte. Il giudizio del Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione in merito è insindacabile.

§2. Modalità di documentazione della frequenza

Per la documentazione della frequenza ogni docente farà firmare per ogni lezione un registro cartaceo oppure on line relativo alla propria materia. Durante il semestre lo studente dovrà scaricare dalla piattaforma SIRIUS del sito www.iusve.it i file contenenti le frequenze ai corsi oppure controllare nella propria PPS nel caso di raccolta presenza on line.

Nel caso in cui avesse accumulato metà o più ore di assenza non potrà sostenere l'esame e verrà assegnata dal Consiglio di Dipartimento la modalità di recupero.

Gli studenti sono tenuti ad indicare alla Segreteria Didattica la scelta degli insegnamenti o altre attività didattiche obbligatorie o opzionali, entro i termini previsti dal Calendario degli adempimenti accademici e con le modalità indicate. Nel caso in cui non esplicitassero la loro scelta verranno automaticamente inseriti d'ufficio dalla Segreteria Didattica senza possibilità di appello.

§3. Modalità per recupero ore di frequenza

Nei file delle frequenze delle singole materie contenuto nel sito viene indicato il numero massimo di assenze consentite sotto il titolo dell'insegnamento e il nome del docente. Al superamento del numero massimo di assenze lo studente non potrà accedere all'esame.

Gli studenti che riscontrassero errori nel conteggio delle presenze possono rivolgersi ai docenti titolari del corso di riferimento che dovranno inviare una mail a didattica.comunicazione@iusve.it certificando la presenza dello studente non riportata nel registro.

I file delle presenze caricati sul sito vengono aggiornati regolarmente nella sezione SIRIUS del portale IUSVE.

È obbligo fondamentale dello studente verificare periodicamente la propria situazione sulle frequenze maturate. Il tempo massimo per richiedere la rettifica dell'assenza assegnata, in caso di mancata firma del registro frequenze o di errata imputazione da parte della Segreteria Didattica, è entro l'ultima lezione del corso. Non verranno accettate dal Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione richieste di esonero da questa norma.

Le assenze possono essere recuperate attraverso tre modalità:

1. la frequenza agli eventi e focus organizzati dall'Università; per ogni evento e focus verrà comunicato il numero di ore di recupero consentite;
2. chiedendo l'autorizzazione previa, con domanda al Consiglio di Dipartimento, a partecipare ad eventi esterni allo IUSVE che abbiano affinità con il corso da recuperare e consegnando il giustificativo della partecipazione all'evento (esempio: biglietto di ingresso o di iscrizione) e una relazione scritta;
3. portando in segreteria l'originale del certificato medico entro l'ultima lezione del corso; sul certificato medico lo studente deve indicare a matita nome e cognome, l'anno di frequenza, gli insegnamenti da giustificare con relative date e numero di ore. Verranno accettati solo certificati medici rilasciati il giorno successivo al termine della malattia e facenti ognuno riferimento ad un singolo periodo e non cumulativi.

Il monitoraggio della frequenza da parte dello studente avviene attraverso la consultazione dei relativi file caricati sul sito o nella PPS.

Per le materie a frequenza obbligatoria al 100% (laboratori e software) è possibile utilizzare una modalità previste purché non superino nel totale un massimo di 10 ore di recupero per ogni Laboratorio e di 6 ore per ogni software.

Per poter accedere all'esame ogni studente dovrà avere "0 ore" di assenza nella colonna "totale ore assenza finali".

Al termine della frequenza dei corsi nel semestre la Segreteria Didattica imputerà automaticamente le ore di recupero eventi con questa priorità: software, Laboratori e per ultimi tutti gli altri corsi. Gli studenti che volessero attribuire le ore di recupero in modalità diversa rispetto a quanto indicato dal Regolamento dovranno comunicare alla Segreteria Didattica la loro scelta entro l'ultima lezione del corso per cui chiedono il recupero o lo sposamento.

Lo studente può chiedere alla Segreteria Didattica, entro l'ultimo giorno di lezione del secondo semestre, di imputare ore di recupero maturate attraverso le diverse modalità anche per i corsi frequentati nel primo semestre, con l'invio di una mail a didattica.comunicazione@iusve.it.

Richieste successive all'attribuzione e pubblicazione nel sito dei recuperi frequenza non verranno prese in considerazione, neanche con deroga da parte del Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione.

Non è previsto il recupero frequenze esibendo certificati di lavoro.

Coloro che al termine dei corsi o dei Laboratori non fossero in regola con le frequenze dovranno portare una bibliografia integrativa che sarà oggetto previo di verifica durante l'esame, prima di accedere all'esame stesso. Non è prevista la rifrequenza del corso.

ART. 11

Accertamenti, prove di esame e acquisizione dei crediti

I corsi verranno erogati sempre in abbinamento con un corso culturale e un altro che ha un proprio Laboratorio, oppure in due corsi culturali abbinati assieme. Al termine dei corsi ci sarà una settimana dedicata allo studio e in seguito una settimana dedicata agli esami. Gli studenti saranno suddivisi in 4 gruppi dalla Segreteria Didattica per poter sostenere gli esami e iscritti in modo automatico.

L'esame consiste in una prova individuale che può essere scritta, orale, grafica o una combinazione delle forme precedenti. Per ciascuna attività didattica indicata nel Piano di Studi la prova d'esame è indicata nella scheda del corso contenuta dell'Annuario. La modalità d'esame può prevedere un lavoro di gruppo, ma la valutazione sarà sempre espressa individualmente.

L'esame orale è pubblico, salvo il diritto alla privacy del corsista. La valutazione della prova di esame avviene in trentesimi; l'esame è superato a partire dalla valutazione di 18/30; alla valutazione di 30/30 si può aggiungere la lode.

Gli esami si svolgono nelle due sedi didattiche di:

- Mestre – via dei Salesiani, 15 per gli studenti frequentanti il Campus di Mestre;
- Verona – Regaste San Zeno, 17 per gli studenti frequentanti il Campus di Verona.

§1. Gli ECTS acquisiti hanno validità per un periodo di 5 anni dalla data dell'esame. Dopo tale termine il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione dovrà verificare l'eventuale obsolescenza dei contenuti conoscitivi confermando anche solo parzialmente gli ECTS acquisiti. Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione può inoltre stabilire il numero minimo di crediti da acquisire da parte dello studente in tempi determinati.

§2. In ogni caso lo studente che non superi alcun esame o verifica del profitto entro due anni solari dalla data di prima immatricolazione o iscrizione allo IUSVE, decade dalla qualità di studente.

§3. Incorre nella decadenza dalla qualità di studente chi non consegue almeno 60 ECTS, tra quelli previsti dall'ordinamento didattico del Corso di Baccalaureato/Laurea Triennale internazionale, entro quattro anni solari dalla data di prima immatricolazione o iscrizione allo IUSVE.

§4. Gli esami relativi ai corsi opzionali dovranno essere sostenuti nell'anno accademico in cui si sono frequentati. In caso contrario lo studente dovrà rifrequentare un corso opzionale nell'anno accademico successivo. Non è possibile richiedere deroga su questa norma.

§5. 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.

ART. 12

Modalità di accesso agli esami dei corsi

Lo studente che ha maturato la frequenza al corso può sostenere l'esame nella settimana dedicata e nelle date indicate. Nel caso non superasse l'esame potrà sostenerlo nuovamente nella data inserita nella sessione estiva e autunnale di recupero.

ART. 13

Valutazione corsi software

I corsi di software Illustrator, Photoshop, Indesign, Video editing, Digital Publishing Suite - Epub e AppMobile, Siti web sono propedeutici come preparazione ai Laboratori dell'anno di pertinenza, ma non come superamento dell'esame.

I voti conseguiti nei software verranno inseriti nel profilo accademico dello studente ma non faranno media.

L'esame finale si svolgerà nell'ultima lezione di corso. Ogni software avrà una sola data di registrazione del voto. In questa data gli studenti dovranno iscriversi ma non dovranno venire nella sede dell'università in quanto il voto verrà registrato automaticamente.

Nel caso in cui lo studente non avesse le ore previste per l'accesso all'esame per i software di Illustrator, Photoshop, Indesign, Video editing, Digital Publishing Suite - Epub e AppMobile, Siti web potrà superarli accedendo agli esami di esonero all'inizio del nuovo anno accademico.

In caso di:

- superamento dell'esame: lo studente troverà nel proprio profilo il voto conseguito;
- non superamento dell'esame: lo studente potrà sostenere l'esame alle fine del corso nell'anno successivo o nell'esonero della sessione autunnale, senza obbligo di rifrequenza.

Queste norme non possono essere derogate neanche dal Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione con apposita approvazione in quanto i software sono parte integrante della preparazione del laureato per entrare nel mondo del lavoro.

Se l'esame prevede l'inizio nell'ultima lezione e il docente desse la possibilità di migliorare il lavoro consegnandolo entro una data scadenza, ma lo studente risultasse assente per qualsiasi motivo all'ultima lezione, non sarà possibile accedere a questa modalità e dovrà sostenere l'esame di esonero nella sessione autunnale.

ART. 14

Modalità per passaggio di corso all'interno dei Curricula IUSVE

Nel caso di passaggio di uno studente da un Curricula dello IUSVE ad un altro in cui il numero dei crediti acquisiti dallo studente in uno o più settori disciplinari risulti inferiore al numero dei crediti richiesto dall'ordinamento didattico del nuovo corso di studi (sulla base delle tabelle di equivalenza), lo studente procederà all'integrazione sostenendo l'esame solo sulla parte indicata dal docente della disciplina. Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione, da solo o in collaborazione con altri Consigli di Corso, può prevedere, secondo quanto già indicato, attività intercorso per il recupero crediti.

ART. 15

Baccalaureato/Laurea Triennale

§1. Prova finale e Titolo di Baccalaureato/Laurea Triennale

Per il conseguimento del titolo di Baccalaureato/Laurea triennale gli studenti debbono superare una prova finale. Tale prova è costituita dalla discussione e valutazione di una tesi (sotto forma di documento scritto o altro elaborato informatico) a cura dello studente. L'elaborato può essere redatto anche in una lingua straniera preventivamente concordata con il Direttore di Corso. Una breve sintesi della tesi e delle conclusioni finali (abstract) dovrà essere redatto e incluso nella tesi in lingua italiana e in lingua inglese.

Tutte le norme tecniche sono regolamentate dal "Vademecum per la tesi IUSVE" e dal "Documento con le specifiche per la redazione della tesi per il Corso di Baccalaureato/Laurea Triennale in Scienze e tecniche della Comunicazione Grafica e Multimediale" scaricabili dal sito comunicazione.iusve.it/vademecum-tesi.

§2. Procedure

Lo studente è tenuto a concordare con un docente il tema da svolgere seguendo le indicazioni contenute nel "Vademecum per la tesi IUSVE" e nel "Documento con le specifiche per la redazione della tesi per il Corso di Baccalaureato/Laurea Triennale in Scienze e tecniche della Comunicazione Grafica e Multimediale".

Il modulo di *Richiesta progetto di tesi* dovrà essere compilato **in digitale** (contenente le firme digitali dello studente e del docente relatore) e **inviata via mail** in formato digitale aperto (come ad esempio Office Word o OpenOffice, quindi non Pages) alla **Segreteria di Dipartimento di Comunicazione** (didattica.comunicazione@iusve.it) che risponderà entro 7 giorni lavorativi sull'avvenuta ricezione. Lo studente riceverà dal Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione la risposta sull'approvazione o rifiuto dello schema di tesi con le indicazioni di merito.

Nel caso di approvazione, lo studente e il docente procederanno con la scrittura e il confronto sulla tesi che va consegnata al Relatore capitolo per capitolo e non tutta completa a lavoro terminato.

Nel caso di "non approvazione", il docente e lo studente dovranno redigere e concordare una nuova *Richiesta progetto di tesi* seguendo le indicazioni contenute nel modulo spedito dal Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione. La non approvazione non comporta lo slittamento di sessione di

tesi purché la nuova *Richiesta progetto di tesi* venga riconsegnata corretta entro 1 mese dalla bocciatura. Il titolo della tesi per essere cambiato deve ricevere una nuova approvazione che dovrà essere richiesta almeno 2 mesi prima della data di consegna della tesi al Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione. Non sono consentiti cambi di titolo di tesi a ridosso della consegna.

ART. 16

Conseguimento del voto di laurea

Il voto di Baccalaureato/Laurea Triennale si ottiene sommando:

- la media ponderata dei voti degli esami sostenuti espressa con due decimali; cui va aggiunto il voto della commissione d'esame che risulta:
 - dalla media della valutazione scritta del relatore e controrelatore;
 - dalla media della valutazione della esposizione orale della tesi espressa in trentesimi dai membri della commissione.

Il massimo punteggio sarà attribuito a chi ha ottenuto 30/30 nella valutazione scritta e nella difesa orale della tesi a giudizio insindacabile della Commissione d'esame. La gamma di punti a disposizione della commissione va da un minimo di 0,1/30 a un massimo di 1/30. (Esempio: media voti 26,43, commissione 0.6, voto finale 27/30).

ART. 17

Calendario didattico

Il calendario didattico viene di norma pubblicato sul sito dell'Università all'inizio del mese di settembre di ogni nuovo anno accademico. Ogni variazione sarà sempre comunicata nel calendario didattico contenuto nel sito.

Le lezioni si svolgeranno nel Campus di Mestre e di Verona dal lunedì al giovedì dalle 9.00 alle 13.30 e in due pomeriggi dal lunedì al giovedì dalle ore 14.30 alle ore 19.00 per un totale di **30 ore accademiche settimana**.

ART. 18

Riconoscimento di ECTS per il Servizio civile Nazionale

Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione ha stabilito che gli ECTS maturati per lo svolgimento del Servizio civile Nazionale sono spendibili per un massimo di 5 crediti nel corso di *Pedagogia generale* o di due corsi opzionali di 3 crediti. La richiesta va effettuata prima dell'inizio dei corsi sopra indicati.

ART. 19

Esoneri e richieste varie

Eventuali esoneri e richieste non previste dagli articoli precedenti possono essere richiesti in modalità scritta con delle motivazioni valide al Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione con il modulo contenuto nel sito generale www.iusve.it in Segreteria/Didattica/modulistica/modulistica. Il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione non prenderà in esame richieste che trovano già risposta nel Regolamento.

ART. 20

Modifiche al Regolamento

§1. Le modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Direttore del Corso o da almeno un terzo dei membri del Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione e dovranno essere approvate con il voto favorevole della maggioranza assoluta dei presenti.

§2. Con l'entrata in vigore di eventuali modifiche agli Ordinamenti IUSVE o di altre nuove disposizioni in materia si procederà in ogni caso alla verifica e all'integrazione del presente Regolamento.

Il presente Regolamento di Dipartimento ha validità per tutti gli studenti e docenti a partire dal 1 luglio 2019. Eventuali modifiche potranno essere apportate e verrà data comunicazione agli studenti e docenti nel sito istituzionale comunicazione.iusve.it.



A&M

Laurea Triennale
Advertising &
Marketing

PIANO DI **STUDI**
2019/2020

CORSO DI **LAUREA TRIENNALE / BACHELOR**
 in **Advertising & Marketing**
PRIMO ANNO

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

SECONDO ANNO (attivato nell'anno accademico 2020/2021)

INSEGNAMENTO	ECTS
Copywriting e creatività pubblicitaria	4
Estetica	4
Etica e deontologia	4
Fondamenti di marketing	5
Laboratorio di Advertising digitale	4
Laboratorio di Advertising multimediale	4
Laboratorio di Marketing della comunicazione	4
Linguaggi e strategie dell'advertising digitale	5
Linguaggi e strategie dell'advertising multimediale	5
Psicologia della comunicazione	4
Sociologia del marketing	4
Statistica e metodologia della ricerca per le scienze della comunicazione	4
Teologia della comunicazione	3
Corso opzionale 1	3
Corso opzionale 2	3
<i>Totale ECTS secondo anno</i>	60

CORSO DI **LAUREA TRIENNALE / BACHELOR**
 in **Advertising & Marketing**

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

INSEGNAMENTO	ECTS
Advertising management e marketing digitale	5
Diritto dell'informazione e della comunicazione	3
English for advertising & marketing	4
Laboratorio di Advertising management e marketing digitale	4
Laboratorio di Marketing strategico e neuromarketing	4
Marketing strategico e neuromarketing	5
Metodologia del lavoro scientifico	3
Pedagogia generale	4
Psicologia del marketing e dell'advertising	4
Corso opzionale 3	3
Corso opzionale 4	3
Tirocinio	10
Tesi	8
<i>Totale ECTS terzo anno</i>	60
Totale ECTS	180



Istituto Universitario Salesiano Venezia

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

CAMPUS DI MESTRE

via dei Salesiani, 15
30174 Venezia-Mestre (VE)
didattica.comunicazione@iusve.it

CAMPUS DI VERONA

Regaste San Zeno, 17
37123 Verona (VR)
didattica.comunicazione@iusve.it

www.iusve.it
comunicazione.iusve.it

