



Laurea Magistrale
Creatività e Design
della Comunicazione
Web marketing &
digital communication

REGOLAMENTO **MSTC** 2019/2020

ART. 1**Definizioni**

§1. Il presente Regolamento del corso di studi di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione* e *Web marketing & digital communication* (MSTC), 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**Descrizione dei corsi di Licenza/Laurea Magistrale internazionale****§1. Creatività e Design della Comunicazione**

Il corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione* si struttura come proposta nell'ambito della formazione di professionisti nel settore della comunicazione. La sfida educativa è quella di coltivare attitudini e talenti, nella prospettiva di educazione integrale della persona, attraverso una proposta formativa di qualità.

La proposta assume l'idea di fondo che la creatività, oltre che rappresentare un talento, costituisca un processo e che possa pertanto essere sviluppata secondo direttrici di senso e di valore sociale. Il comunicatore nella società odierna non può più sottrarsi ad una responsabilità etica verso la comunità; il valore della comunicazione è strettamente collegato alla possibilità di sostenere la ricostruzione continua del tessuto sociale all'interno della comunità di riferimento. D'altro canto la proposta intende rispondere al mercato del lavoro, da cui emerge una richiesta di professionalità complesse che sappiano coniugare conoscenze e spessore culturale, strategie e tecniche strutturate, unitamente a competenze manageriali e gestionali, per rispondere alle sfide della globalizzazione.

Il corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione* si sviluppa in continuità con il baccalaureato in Scienze e tecniche della comunicazione grafica e multimediale (indirizzo Comunicazione grafica e pubblicitaria).

Le discipline teoriche e i laboratori pratico-progettuali permettono allo studente di approfondire e ampliare la visione d'insieme del progetto comunicativo e la capacità di gestirne la complessità, l'articolazione, la multisensorialità e multimedialità.

La finalità del corso è quella di permettere allo studente di sviluppare approfondimenti nelle conoscenze specifiche del mondo del design e della comunicazione e acquisire competenze professionali gestionali tipiche dell'*art direction*, o comunque di figure di governo e di responsabilità all'interno della regia della progettazione comunicativa.

I due anni formativi costituiscono quindi l'occasione per approfondire e consolidare alcuni saperi, incrementare la capacità progettuale individuale e di gruppo, acquisire il *know-how* del management aziendale nel settore della comunicazione, costruirsi una solida personalità su basi antropologiche, pedagogiche, culturali ed etiche da spendere soprattutto nei nuovi settori del digital design. Inoltre, la solida cornice culturale offerta dal percorso consentirà, a quanti conseguiranno il titolo finale, di assumere con consapevolezza un atteggiamento professionale al servizio della comunità. Anche per questo motivo, il curriculum fa riferimento alla licenza in Scienze della Formazione, specializzazione in Pedagogia e comunicazione.

§2. Web marketing & digital communication

Il Corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Web marketing & digital communication* prepara professionisti in grado di svolgere ruoli e compiti di governance e alta responsabilità nel management, nel marketing della comunicazione, nella comunicazione digitale e nel web marketing, coniugando le attività di progettazione e gestione aziendale attraverso iniziative di pianificazione strategica di campagne di web marketing, di digital communication e di comunicazione integrata.

Il corso si sviluppa in continuità con l'indirizzo del baccalaureato in Scienze e tecniche della comunicazione grafica e multimediale (indirizzo Comunicazione d'impresa e istituzionale).

La Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Web marketing & digital communication* si propone come percorso d'eccellenza sulla scia delle più prestigiose università internazionali e delle IUS.

Il settore lavorativo di riferimento è in forte espansione e richiede competenze e abilità costantemente aggiornate rispetto alla continua evoluzione delle tecnologie e degli scenari ad esse connessi. Il corso si propone di preparare profili formativi di eccellenza oggi particolarmente richiesti dalle imprese.

In linea con le altre proposte formative salesiane, il percorso intende fornire anche tutti gli strumenti pedagogico-educativi ed etico-culturali per formare professionisti della comunicazione capaci di operare scelte nell'ottica del rispetto delle persone e della crescita della comunità globale, attribuendo valore sociale alle strategie comunicative.

Il percorso formativo offrirà le conoscenze teoriche e le competenze pratico-operative necessarie a progettare, pianificare e gestire le forme più classiche del marketing e della comunicazione aziendale, integrandole strategicamente con le opportunità offerte dai nuovi canali digitali e dai *social network*. La finalità del corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Web marketing & digital communication* è di permettere allo studente di acquisire maggiori conoscenze specifiche nel mondo aziendale della comunicazione integrata odierna, con particolare attenzione al mondo della creatività, del *web marketing* oltre che al marketing tradizionale, della *digital communication*, del *web-design*, e a sviluppare competenze professionali gestionali di *governance* tipiche del *Web & digital marketing manager*. Due anni, quindi, come occasione per approfondire e consolidare alcuni saperi, incrementare capacità strategica legata al web e ai nuovi media, acquisire il *know-how* del management aziendale nel settore della *new communication*, costruirsi una solida personalità culturale e tecnica in un nuovo universo in grande mutamento, bisognoso di serie e strutturate figure professionali. Inoltre, la solida cornice culturale offerta dal percorso consentirà, a quanti conseguiranno il titolo finale, di assumere con consapevolezza un atteggiamento professionale al servizio della comunità. Anche per questo motivo, il curriculum fa riferimento alla licenza in Scienze della Formazione, specializzazione in Pedagogia e comunicazione.

ART. 3

Obiettivi dei corsi di Licenza/Laurea Magistrale internazionale

§1. Creatività e Design della Comunicazione

Il corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione* intende realizzare i seguenti obiettivi:

- fornire una base integrata di conoscenze e competenze filosofiche, storiche, psicologiche, giuridiche, di marketing e gestione di processi complessi e di nuovi linguaggi;
- promuovere una consapevolezza e una responsabilità etica che consenta di gestire le strategie comunicative attribuendone valore sociale;
- fornire un percorso di approfondimento e specializzazione nel settore della creatività e gestione del progetto di design della comunicazione, coniugando la cultura di base con la spinta innovativa dei nuovi linguaggi creativi relativi ai new media;
- sviluppare padronanza nell'utilizzo delle strategie, dei linguaggi, delle tecniche rispetto ai diversi ambiti e settori della comunicazione;
- sviluppare competenze progettuali relative alle diverse fasi dell'elaborazione comunicativa, con la consapevolezza di quali conoscenze e capacità vadano utilizzate - e quindi anche dei personali punti di forza e debolezza - nel porre le proprie risorse a servizio dell'articolazione del lavoro complessivo.

§2. Web marketing & digital communication

Il Corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Web marketing & digital communication* intende realizzare i seguenti obiettivi:

- fornire una base integrata di conoscenze e competenze filosofiche, storiche, psicologiche, giuridiche, di marketing e gestione di processi complessi e di nuovi linguaggi;
- sviluppare padronanza nell'utilizzo delle strategie, dei linguaggi, delle tecniche relative alla *digital communication* e al mondo del web (aspetto comunicativo-antropologico-educativo riguardante i social network, i new media e il marketing non convenzionale);
- fornire un percorso di approfondimento e specializzazione nel settore della pianificazione e gestione di tendenze e ricerche di mercato attraverso la realizzazione di campagne di web marketing e di comunicazione integrata;
- promuovere una consapevolezza e una responsabilità etica che consenta di gestire il web marketing e la comunicazione digitale attribuendone valore sociale;
- sviluppare competenze progettuali relative alle diverse fasi dell'elaborazione comunicativa, con la consapevolezza di quali conoscenze e capacità vadano utilizzate - e quindi anche dei personali punti di forza e debolezza - nel porre le proprie risorse a servizio dell'articolazione del lavoro complessivo.

ART. 4

Profilo professionale del laureato nei corsi di Licenza/Laurea Magistrale internazionale

§1. Creatività e Design della Comunicazione

Il laureato al termine del biennio di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design*

della Comunicazione sarà in grado di svolgere ruoli e compiti di alta responsabilità nel management e nel marketing della comunicazione; sarà in grado di operare scelte strategiche e tecnologiche finalizzate alla comunicazione multimediale integrata, anche grazie al supporto offerto delle competenze trasversali maturate (*cross-competencies*).

Punto distintivo della professionalità sarà la capacità di sviluppare creatività in progetti di design grafico e multimediale ad alto contenuto di innovatività, accompagnando i processi di sviluppo con un attento e consapevole orientamento etico e valoriale.

Il laureato in *Creatività e Design della Comunicazione* sarà in grado di pianificare e coordinare campagne promozionali e/o pubblicitarie, attraverso la gestione, l'organizzazione e la valorizzazione di idee e risorse, utilizzando approcci metodologici diversi, privilegiando l'ottica laboratoriale e cooperativa.

§2. Web marketing & digital communication

Il *Web and Digital Marketing Manager* al termine del biennio di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Web Marketing & Digital Communication* sarà in grado di svolgere ruoli e compiti di governance e alta responsabilità nel management nel marketing della comunicazione, nella comunicazione digitale e nel web marketing; in particolare sarà coniugare le attività di progettazione e gestione aziendale attraverso iniziative di pianificazione strategica di campagne di web marketing, di digital communication e di comunicazione integrata.

Nello specifico, sarà in grado di creare, pianificare, elaborare e gestire attività economiche, educative e culturali: di web marketing (*content marketing, Database building, E-commerce, E-mail marketing, Mobile marketing, Online branding, PR digitale*); di *new communication* (new media e social media); di *unconventional marketing* (*Guerrilla marketing, Viral marketing, Buzz marketing, Ambush marketing, Emotional marketing, Gaming marketing*); di ottimizzazione di siti web tramite attività di SEO; di web marketing e *keyword advertising* generando traffico internet con l'utilizzo di tecniche di *Search Engine Marketing* (SEM); di targetizzazioni attraverso la *Lead generation*; di formulazione di scenari comunicativi dei *competitors* in una *benchmarketing strategy*.

Il laureato in *Web Marketing & Digital Communication* saprà inoltre coniugare le strategie e le tecniche innovative di comunicazione con le competenze antropologico-culturali avanzate conseguite nel biennio e con la consapevolezza etico-educativa che il percorso formativo intende offrire.

ART. 5

Sbocchi lavorativi del laureato nei corsi di Licenza/Laurea Magistrale internazionale

§1. Creatività e Design della Comunicazione

Il laureato al termine del biennio di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione* potrà trovare occupazione:

- nelle agenzie pubblicitarie (*copywriter, account, esperto media*);
- nelle Web Agency (*content manager, project manager*);
- nel reparto comunicazione e creatività interno alle aziende (*house agency*);
- nelle agenzie di Pubbliche Relazioni;
- nelle agenzie di comunicazione integrata (*direct marketing o relationship marketing*);
- come free lance;

occupando la figura professionale di *Creativity and Communication designer* (*Web marketing manager, Advertising manager, Media planning manager, Community manager, Digital communication manager, Digital project manager, Search engine marketing manager, Social media marketing manager, Responsabile corporate communication, Customer relationship manager, Digital strategic planner, Marketing manager, Marketing analyst, Addetto alle ricerche di mercato, Unconventional Marketing Manager, Viral marketing manager*).

§2. Web marketing & digital communication

Il laureato al termine del biennio di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Web Marketing & Digital Communication* potrà trovare occupazione:

- nelle agenzie pubblicitarie e di comunicazione tradizionali (*copywriter, account, esperto strategico dei media*);
- nelle Web Agency;
- nel reparto comunicazione e marketing interno alle aziende che curano una propria comunicazione digitale e di web marketing;
- nelle agenzie di web marketing, di *digital communication* e comunicazione integrata;
- come free lance;

occupando la figura professionale di *Web and Digital Marketing Manager* (*Addetto alle ricerche di mercato, Advertising manager, Chief technology officer, Community manager, Customer relationship manager, Digital communication manager, Digital project manager, Digital strategic planner, Ecommerce manager, Marketing analyst, Media planning manager, Online & creative project manager, Online strategic planner, Publisher manager, Responsabile comunicazione corporate, Search engine marketing manager, Social media*

marketing manager, Unconventional Marketing Manager, Viral marketing manager, Web & creative Marketing Manager).

Il Web & digital marketing manager sarà in grado di creare campagne marketing e strategie integrate per i new media avendo una particolare formazione alla creatività, al marketing e al web-design.

ART. 6

Ammissione

§1. Lo studente che intende iscriversi al Corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione* e *Web Marketing & Digital Communication* deve essere in possesso di:

- a. Baccalaureato IUSVE in Scienze e Tecniche della Comunicazione grafica e multimediale;
- b. Baccalaureato UPS in Pedagogia e Comunicazione oppure Scienze della Comunicazione sociale;
- c. Laurea o diploma universitario di durata triennale o di altro titolo conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente.

§2. Per i laureati in possesso del titolo di cui al punto c), sono richiesti specifici requisiti curricolari e di adeguata preparazione, ai sensi dell'art. 6, comma 2, del D.M. n. 270/2004, che saranno verificati e valutati sulla base dei seguenti criteri:

- Conseguimento di almeno 45 ECTS nei seguenti Settori Scientifico Disciplinari (SSD) distribuiti in almeno 4 settori: INF/01, ICAR/17, L-ART/03, L-ART/05, L-ART/06, L-LIN/12, M-STO/04, M-DEA/01, M-FIL/01, M-FIL/02, M-FIL/03, M-FIL/04, M-FIL/05, M-PED/01, M-PED/03, M-PED/04, M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06, IUS/01, IUS/09, SECS-P/06, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10; SECS-S/01, SECS-S/05, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/10, SPS/11, SPS/12.

§3. Per i laureati con elevata preparazione, risultante dalle conoscenze e competenze certificate nel curriculum, provenienti da percorsi formativi non perfettamente coerenti con i requisiti richiesti al punto 2., è prevista la presentazione di un portfolio e il superamento di una prova di ammissione consistente in un test e in un colloquio.

ART. 7

Sede del corso e numero di iscritti

La Sede istituzionale del corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione* e *Web Marketing & Digital Communication* è nel Campus di Mestre in via dei Salesiani 15, presso la sede Universitaria dello IUSVE.

Compatibilmente con il numero di iscritti viene attivata e approvata ogni anno accademico un'ulteriore sede didattica nel Campus di Verona dello IUSVE.

Il numero massimo di ammessi al corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale per l'anno accademico 2019/2020 è di massimo 55 studenti per ciascun percorso.

Sono previste delle prove di selezioni individuali per accertare la preparazione, predisposizione e motivazione dello studente rispetto al profilo professionale finale richiesto. La Commissione che presiede la selezione sarà formata dal Direttore di corso che si potrà avvalere anche di due altri membri, il cui giudizio sarà insindacabile.

I corsi di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione* e *Web Marketing & Digital Communication* verranno attivati al raggiungimento di 20 studenti per ciascun percorso.

ART. 8

Organizzazione didattica

§1. Il percorso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale è organizzato in un biennio articolato in 4 semestri di attività didattiche, seminari, laboratori e project work per complessivi 120 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.

§2. Il piano di studi prevede attività di base, caratterizzanti e integrative con discipline teoriche classiche di approfondimento sui temi portanti della comunicazione, come premessa imprescindibile per un approccio scientifico e sistemico alla professionalità. Queste si svolgeranno nei primi due mesi e nell'ultima parte dei due semestri, come raccolta e rilancio delle esperienze interposte.

Un ampio spazio viene dato all'approccio pragmatico attraverso le attività di laboratorio e seminari concentrati in un mese di *full immersion*.

La progettazione e realizzazione di elaborati comunicativi saranno guidati da esperti professionisti del settore, che faranno vivere un vero e proprio *training* esperienziale agli studenti, che potranno consolidare prassi, metodologie, tecniche di approccio al progetto, sperimentandosi con le ultime innovazioni e sfide contemporanee. Queste attività dovranno svolgersi e concludersi nei semestri prima dell'inizio dei LAB.

Inoltre gli studenti potranno scegliere un corso opzionale non obbligatorio che meglio potrà completare la loro formazione personale e partecipare agli eventi che periodicamente l'università organizza invitando personaggi di spicco del grande panorama della comunicazione internazionale. È necessaria la conoscenza della lingua inglese a livello B2 essendoci dei corsi, delle bibliografie e dei LAB erogati in questa lingua. La scelta dei corsi da erogare in lingua inglese sarà a discrezione del Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione che esprimerà il suo parere tenendo conto della provenienza degli studenti e delle carriere pregresse.

§3. Il *project work* consente di coinvolgere le imprese e motivare gli studenti che dovranno raggiungere gli obiettivi stabiliti.

Gli **studenti** saranno svincolati dalla permanenza costante e continua presso l'azienda di riferimento, impareranno a lavorare per obiettivi, a rispettare le scadenze, a coordinare e adeguare il proprio contributo in un contesto di lavoro reale.

Le **aziende** coinvolte potranno acquisire specifiche conoscenze ed aggiornare quelle esistenti, ed eventualmente avvalersi in futuro degli studenti che hanno realizzato il *project work*.

Il risultato atteso sarà un progetto, con riferimento al contesto reale dell'azienda/Ente, nell'area della comunicazione integrata, del design e del marketing centrato:

- su uno o più obiettivi concordati con l'azienda o ente;
- realizzato sotto la guida di un tutor universitario e di un tutor aziendale;
- mettendo in pratica e contestualizzando quanto appreso durante il corso di Licenza/laurea Magistrale internazionale.

ART. 9

Aspetti organizzativi

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

§1. Direttore del corso

Il corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale è diretto da un Direttore di 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 di Dipartimento o a un suo delegato:

- articolare il calendario del Curricolo, 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 Licenza/Laurea Magistrale 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 Corso e da almeno tre docenti del percorso di Baccalaureato/Laurea Triennale internazionale e Licenza/Laurea Magistrale internazionale scelti dal Direttore del Corso 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 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, Michela Drusian, Marco Scarcelli.

La Commissione Riconoscimento Crediti

La Commissione Riconoscimento Crediti per il corso di Baccalureato /Laurea triennale è formata da: Giovanna Bandiera, Nicolò Cappelletti, Michela Drusian.

ART. 10

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. 11

Organizzazione del corso di studi

Il corso è organizzato in due anni al termine dei quali si ottengono 120 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. 12

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 focus sono parte integrante del corso da frequentare, ma non rientrano nel conteggio delle ore di presenza o assenza.

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 Project-work** sono svolte presso strutture esterne convenzionate e sono regolate in base alla "Guida al Project-work".

Ogni **corso di recupero dei debiti formativi con frequenza obbligatoria** attribuito agli studenti verranno erogati online in piattaforma con un programma *ad hoc* visti i titoli pregressi di laurea triennale. I corsi prevedono la fruizione dei materiali/ videolezioni online e la presenza obbligatoria ad un momento di revisione con il docente titolare del corso.

Per i **corsi di recupero debiti formativi che non hanno frequenza obbligatoria** verrà comunicato allo

studente il docente con cui sostenere l'esame e il programma da studiare, solitamente già contenuto nelle schede corsi inserite nel sito ufficiale.

I corsi di recupero dei debiti formativi di software con frequenza obbligatoria verranno erogati durante l'anno accademico. Per questi debiti formativi è prevista la possibilità di sostenere un esame di esonero nel mese di settembre per i software di Illustrator e Photoshop e di dicembre per i corsi di Siti web e Video Editing. Nel caso non venissero superati lo studente dovrà frequentarli nel primo anno di corso.

I corsi culturali che costituiscono debito formativo per gli studenti verranno inseriti nel piano di studi e concorrono all'ammontare degli ECTS totali ma non faranno media e al superamento dell'esame verranno valutati con il voto conseguito espresso in trentesimi.

Anche i software riporteranno il voto effettivo di superamento della prova che comunque non influirà sulla media finale.

Gli esami dei corsi culturali devono essere sostenuti e superati con esito positivo prima degli esami del percorso di Licenza/Laurea Magistrale in una sessione straordinaria di dicembre o nella sessione invernale del primo anno di corso; in caso contrario non sarà possibile accedere agli esami del percorso di Licenza/Laurea Magistrale. Gli esami di software invece saranno sostenuti al termine del corso stesso nell'ultima lezione.

La **formazione dei componenti dei gruppi del LAB** avverrà a scelta degli studenti per il primo LAB da svolgersi nel primo semestre del primo anno accademico, in modo che ogni gruppo abbia al proprio interno tutte le competenze richieste (competenze di creatività, di strategia, di marketing, di economia, di sociologia-psicologia, etc) e guidati dal docente del corso. La composizione dei gruppi nei LAB successivi sarà scelta dal Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione, riproducendo quanto accade nel mondo del lavoro, con i seguenti criteri didattici e di apprendimento in ordine di importanza: collaborazione con studenti con cui non si ha mai lavorato, integrazione delle abilità socio-psico-relazionali tra i componenti, competenze comunicative diverse per ottenere un gruppo che abbia al proprio interno tutte le abilità richieste dal progetto. La composizione dei gruppi non è modificabile avendo una chiara e propria identità didattico-educativa riprodotte il sistema comunicazione aziendale.

Gli eventi 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.

ART. 13

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 tramite il sito.

Le lezioni si svolgeranno nel Campus di Mestre dal lunedì al giovedì dalle 9.00 alle 13.30 e in alcuni pomeriggi facoltativi dal lunedì al giovedì dalle ore 14.30 alle ore 16.35 per un totale di **23 ore accademiche settimana**.

I corsi di debiti formativi dei software e i moduli avanzati saranno erogati il venerdì mattina dalle 9.00 alle 13.30.

Ogni semestre è ordinariamente di 14 settimane di lezioni.

ART. 14

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 gli applicativi pratici la frequenza è obbligatoria al 100%:
 - a. eventuali assenze giustificate saranno oggetto di forme di recupero con bibliografia integrativa affidata da parte dei docenti interessati;
 - b. nel caso di assenze non giustificate di norma saranno recuperate con la frequenza dell'intero corso nell'anno seguente;
- per quanto riguarda il project work 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 del semestre 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 5 giorni 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.

Gli studenti che non partecipassero al numero di revisioni previste dai corsi non sono ammessi a sostenere l'esame.

§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 dovrà ripetere la frequenza al corso nell'anno successivo. Questa norma non può essere derogata neanche dal Consiglio di Dipartimento con apposita approvazione.

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.

Nel caso di eventi che prevedono il servizio navetta, le contestazioni relative alle penali per mancata fruizione a seguito della prenotazione del servizio vanno presentate entro e non oltre 5 giorni dalla data dell'evento.

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 dell'evento 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 spostamento.

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. 15

Accertamenti, prove di esame e acquisizione dei crediti

§1. 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 sedi didattiche di:

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

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 del Dipartimento di Comunicazione e inviandolo a 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 ad 1 solo spostamento, quindi non sarà possibile richiedere un secondo spostamento neanche con richiesta al Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione.

§2. 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

§3. I risultati dei periodi di studio all'estero o dei corsi organizzati dall'Università verranno interamente riconosciuti purché coerenti con gli obiettivi formativi del Corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale e preventivamente approvati dal Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione.

§4. Il superamento positivo dell'esame, oltre all'acquisizione dei relativi ECTS, comporta anche l'attribuzione di un voto espresso in trentesimi (/30), che concorre a determinare il voto finale di Licenza/Laurea Magistrale.

§5. Gli ECTS acquisiti hanno validità per un periodo di 2 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.

§6. 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.

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

§8. I LAB 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 LAB dovrà presentare entro la fine dell'anno accademico il lavoro progettuale rivisto con i criteri indicati dal docente.

ART. 16

Passaggi da corsi di Laurea differenti

Per il passaggio da un corso di laurea di Università Italiane o della UE al Corso di Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione e Web Marketing & Digital Communication*, il Consiglio di Corso del Dipartimento di Comunicazione procede al riconoscimento, all'interno della stessa classe scientifico-disciplinare o di classi riconosciute dal Consiglio stesso come affini, dei crediti acquisiti dallo studente nel corso di laurea di provenienza, tenendo presenti i contenuti, il numero di crediti, il voto ottenuto.

Oltre a quanto sopra ricordato si riconosceranno i crediti secondo questi criteri di equivalenza:

- attività a scelta dello studente per attività a scelta dello studente;
- attività di laboratorio per attività di laboratorio;
- attività di tirocinio per attività di tirocinio.

ART. 17

Valutazione corsi di software

I corsi di software Illustrator, Photoshop, Video editing, Siti web attribuiti come debiti formativi sono propedeutici come preparazione ai LAB, 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 nella sessione immediatamente successiva all'erogazione del corso. 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 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.

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 dia la possibilità di migliorare il lavoro consegnandolo entro una data scadenza, ma lo studente risultasse assente per qualsiasi motivo, non sarà possibile accedere a questa modalità e dovrà sostenere l'esame nella sessione di esonero di settembre.

ART. 18

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 Dipartimento, da solo o in collaborazione con altri Consigli di Dipartimento, può prevedere, secondo quanto già indicato, attività intercorso per il recupero crediti.

ART. 19**Conseguimento titolo di Licenza/Laurea Magistrale internazionale****§1. Prova finale e Licenza/Laurea Magistrale internazionale**

Per il conseguimento della Licenza/Laurea Magistrale internazionale 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 Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione e Web Marketing & Digital Communication*" scaricabili dal sito comunicazione.iusve.it/vademecum-tesi-magistrale.

§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 Licenza/Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della Comunicazione e Web Marketing & Digital Communication*".

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 (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. 20**Conseguimento del voto di laurea**

Il voto di Licenza/Laurea Magistrale internazionale 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 2/30. (Esempio: media voti 26,43, commissione 0.6, voto finale 27/30).

ART. 21**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 abolisce le edizioni precedenti e nella sua interezza è stato revisionato e 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.



Laurea Magistrale
Creatività e Design
della Comunicazione
Web marketing &
digital communication

PIANO DI **STUDI**
CREATIVITÀ E
DESIGN DELLA
COMUNICAZIONE
2019/2020

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE / MASTER'S OF DEGREE
 in **Creatività e design della comunicazione**
PRIMO ANNO

DISCIPLINA	ECTS
<i>Brand e corporate identity</i>	5
<i>Communication strategy and media planning</i>	5
<i>Creativity and graphic design</i>	5
Diritto della comunicazione per le imprese e i media	5
Forme e linguaggi dell'arte	5
Stili e tendenze di consumo	5
Storia del graphic design e del design contemporaneo	5
Teorie della comunicazione e dei linguaggi	5
Teorie e tecniche del management (<i>corso opzionale obbligatorio</i>)	5

LABCOM

(Laboratory of Art and Basic Communication)

<i>Brand management e corporate identity LAB</i>	5
<i>Creativity and graphic design LAB</i>	5
<i>Marketing & budgeting LAB</i>	5

SOFTWARE

Modellazione solida: dall'idea alla realizzazione grafica 3d (<i>facoltativo</i>)	-
Sound design (<i>obbligatorio</i>)	-

<i>Totale crediti</i>	60
-----------------------	-----------

SECONDO ANNO

DISCIPLINA	ECTS
Antropologia culturale del <i>Digital media</i>	5
English for business and communication	5
Etica e deontologia	3
Etica e media	3
Marketing avanzato	5
Psicopedagogia degli stili di vita	5
<i>Visual communication e interaction design (corso opzionale obbligatorio)</i>	5

LABCOM

(Laboratory of Art and Basic Communication)

<i>Digital media e new technology LAB</i>	5
<i>Visual communication e interaction design LAB</i>	5

SOFTWARE

Siti web avanzato (<i>Joomla-Wordpress</i>) (<i>obbligatorio</i>)	-
Video editing avanzato (<i>Adobe Premiere - After effects</i>) (<i>obbligatorio</i>)	-

 Altre discipline
 o attività

Corso opzionale (<i>facoltativo</i>)	3
Project Work / Tirocinio	7
Tesi	12

<i>Totale crediti</i>	60
-----------------------	-----------

Totale crediti	120
-----------------------	------------



Laurea Magistrale
Creatività e Design
della Comunicazione
Web marketing &
digital communication

PIANO DI **STUDI**
WEB MARKETING
& DIGITAL
COMMUNICATION
2019/2020

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE / MASTER'S OF DEGREE
 in **Web marketing & digital communication**
PRIMO ANNO

DISCIPLINA	ECTS
Antropologia culturale del <i>digital media</i>	5
<i>Communication strategy and media planning</i>	3
Copywriting e scrittura per i media digitali	4
Creatività e <i>problem solving</i>	3
Diritto della comunicazione per le imprese e i media	5
Marketing planning	5
Psicopedagogia degli stili di vita	5
Storia del web e della <i>digital communication</i>	5
Strategie e tecniche di <i>social media marketing</i>	5
Strategie e tecniche di <i>web marketing</i>	5
Teorie e linguaggi della comunicazione digitale e del web marketing	5

LABCOM

 (Laboratory of Art and
 Web Communication)

<i>Social media marketing LAB</i>	5
<i>Web marketing LAB</i>	5

SOFTWARE

Modellazione solida: dall'idea alla realizzazione grafica 3d (<i>facoltativo</i>)	-
Sound design (<i>obbligatorio</i>)	-

<i>Totale crediti</i>	60
-----------------------	----

SECONDO ANNO

DISCIPLINA	ECTS
Business planning e start-up d'impresa (<i>corso opzionale obbligatorio</i>)	5
English for business and communication	5
Etica e deontologia	3
Etica e media	3
Marketing avanzato	5
Strategie e tecniche di <i>unconventional marketing</i>	5
Teorie e linguaggi della pubblicità digitale (<i>corso opzionale obbligatorio</i>)	5
Teorie e tecniche di <i>digital public relation</i>	5

LABCOM

 (Laboratory of Art and
 Web Communication)

<i>Unconventional marketing LAB</i>	5
-------------------------------------	---

SOFTWARE

Siti web avanzato (<i>Joomla-Wordpress</i>) (<i>obbligatorio</i>)	-
Video editing avanzato (<i>Adobe Premiere - After effects</i>) (<i>obbligatorio</i>)	-

 Altre discipline
 o attività

Corso opzionale (<i>facoltativo</i>)	3
Project Work / Tirocinio	7
Tesi	12

<i>Totale crediti</i>	60
-----------------------	----

Totale crediti	120
-----------------------	------------



Laurea Magistrale
Creatività e Design
della Comunicazione
Web marketing &
digital communication

PROJECT GUIDA
WORK
2019/2020

ART. 1

Premessa

Il Project Work ha come momento fondante una relazione di reciprocità tra Università e mondo esterno in quanto offre:

- allo studente l'opportunità di misurare e sviluppare le proprie competenze;
- all'Università l'opportunità di confrontarsi con il mondo del lavoro e delle professioni;
- al mondo esterno l'opportunità di confrontarsi con la realtà della formazione superiore universitaria.

In particolare la modalità del Project Work favorisce una sperimentazione attiva dei contenuti appresi durante un percorso formativo; si rifà ad un modello di tipo "learning by doing" ed è costituito dalla realizzazione, dopo un periodo di apprendimento, di un progetto relativo a contesti reali. Può essere individuale o di gruppo, ed i risultati sono oggetto di analisi e discussione in un momento didattico-applicativo.

In alternativa, previa autorizzazione da parte del Coordinatore per il Project Work, può essere svolto seguendo le modalità dei tirocini curriculari (tale modalità non è prevista per gli studenti provenienti dai corsi triennali IUSVE).

1.1. Impegni per l'ente

L'azienda/ente disponibile a fare questa esperienza si impegna a:

- presentare la propria *vision* e *mission* e l'area o settore in cui gradirebbe orientare l'attività del Project Work in occasione di un panel con altre istituzioni organizzato dalla IUSVE o in altra modalità da concordare;
- collaborare con la commissione Project Work dell'università sia nella fase di analisi fornendo dati e supporto istituzionale, sia nella valutazione finale da esprimere in trentesimi;
- firmare una convenzione con lo IUSVE per la realizzazione del Project Work;
- mettere a disposizione per il Project Work, un tutor aziendale di riferimento.

1.2. Risultato atteso

Un progetto, con riferimento al contesto reale dell'azienda/Ente, nell'area della comunicazione integrata, del design e del marketing:

- su uno o più obiettivi concordati con l'azienda/ente;
- realizzato sotto la guida di un tutor universitario e di un tutor aziendale;
- mettendo in pratica quanto appreso durante il corso di laurea specialistica e contestualizzandolo alla realtà in cui si trova ad operare.

1.3 Vantaggi

Le aziende/Enti coinvolti potranno:

- acquisire specifiche conoscenze e/o aggiornare quelle esistenti;
- conoscere e avvalersi, eventualmente, dei laureati che hanno realizzato il Project Work;
- contribuire con il proprio *know how* ed esperienza alla formazione di giovani laureati con un modo nuovo accedere al mondo del lavoro.

Gli Studenti potranno verificare in una situazione reale:

- cosa significa predisporre un progetto di comunicazione integrata e marketing;
- il livello di preparazione raggiunto;
- la capacità di apprendere dalle situazioni concrete.

L'università attraverso il dialogo con i tutor aziendali e i risultati dei Project Work può verificare:

- la congruenza o meno dell'impostazione curriculare;
- il miglioramento dei contenuti disciplinari;
- l'attenzione ai bisogni reali del mondo del lavoro e della comunicazione in generale.

ART. 2

Modalità di svolgimento del Project Work accademico

2.0. Prerequisiti

Lo studente che voglia far richiesta di Project Work accademico deve soddisfare i sotto elencati requisiti:

- coerenza dell'azienda richiesta per il Project Work con gli esami sostenuti;
- media dei voti;
- gestione carriera accademica.

L'ammissione al Project Work avverrà solo ed esclusivamente a insindacabile giudizio e valutazione del Coordinatore IUSVE del Tirocinio.

2.1. Tempistica

Il Project Work accademico, da svolgersi nel periodo pre-Laurea, è necessario per conseguire la Laurea Magistrale in *Creatività e design della comunicazione – Web marketing & digital communication* presso lo IUSVE.

Potrà essere svolto a partire

- dal **secondo semestre del secondo anno** della Laurea Magistrale (aprile-maggio);
- eccezionalmente, per situazioni particolari previa autorizzazione scritta del Consiglio di Dipartimento di Comunicazione, potrà essere autorizzato a partire dal **primo semestre del secondo anno**, purché non interferisca con l'orario delle lezioni accademiche.

Gli studenti dovranno svolgere il colloquio con il Coordinatore IUSVE del Project Work al massimo entro il 2 dicembre 2019. Coloro che non rispettassero questa scadenza verranno penalizzati nel punteggio finale e sarà discrezione del Coordinatore IUSVE del Project Work ricevere lo studente in date successive o rimandarlo al primo semestre dell'anno successivo.

2.2. Durata

Il Project Work accademico è pari a 7 ECTS per un minimo di 200 ore in un massimo di 6 mesi.

2.3. Aziende per il Project Work accademico

Il Project Work accademico si potrà svolgere presso aziende, studi professionali, enti esterni o pubblici, agenzie pubblicitarie, studi grafici e fotografici, qualsiasi tipo di azienda che abbia al proprio interno un ufficio pubblicitario-grafico o di marketing, altre aziende con attività coerenti con l'indirizzo di laurea.

Gli Enti per il Project Work accademico verranno accreditati dallo IUSVE mediante la stipula di una Convenzione Quadro.

L'Ente convenzionato può anche coincidere con l'Ente con cui lo studente ha un rapporto di lavoro purché coerente con l'indirizzo del corso di laurea e rispettando le modalità sopra indicate.

2.4. Tutor aziendale

L'Ente presso cui si svolge il Project Work accademico dovrà affiancare allo studente IUSVE un Tutor aziendale che abbia:

- capacità didattica;
- chiara conoscenza della *vision* e *mission* dell'azienda;
- la conoscenza del profilo professionale del tirocinante.

Il Tutor aziendale sarà il referente ufficiale dell'azienda e l'interlocutore con lo IUSVE.

Compete al Tutor aziendale la verifica e la firma del foglio di presenza, la valutazione dell'intero periodo di Project Work accademico con riferimento al progetto, agli obiettivi del progetto, agli obiettivi generali del Project Work accademico.

2.5. Coordinatore Generale del Project Work accademico MSTC

Il Coordinatore generale del Project Work accademico è il Direttore del Dipartimento di Comunicazione dello IUSVE.

ART. 3

Procedure per l'attivazione e lo svolgimento del Project Work accademico

3.1. Lo studente che si trova nelle condizioni indicate nei Prerequisiti dell'art. 2 può chiedere un colloquio con il Coordinatore IUSVE del Project Work accademico. Il Coordinatore del Project Work accademico è assegnato in base al corso di Licenza/Laurea Magistrale:

- Laurea Magistrale in **Creatività e Design della comunicazione** - Laurea Magistrale in **Web Marketing e Digital Communication** - Sede di Venezia - dott.ssa Chiara Bertato (c.bertato@iusve.it)
- Laurea Magistrale in **Web Marketing e Digital Communication** - Sede di Verona - dott. Nicolò Cappelletti (n.cappelletti@iusve.it)

Indicazioni per il colloquio:

- accedere all'area Sirius dei Project Work ed effettuare la prenotazione del colloquio tramite l'area dedicata;
- presentare le proprie attitudini e i propri interessi ai fini dello svolgimento del Project Work accademico;
- predisporre una lista di aziende già convenzionate a cui si è interessato o eventuali nuove aziende da poter convenzionare, indicando di queste ultime il sito internet aziendale o un portfolio lavori;
- consegnare almeno due giorni prima del colloquio, tramite la procedura online, i materiali necessari al colloquio (curriculum vitae, curriculum grafico, portfolio e profilo LinkedIn);

- indicare il periodo preferenziale di Project Work accademico e la modalità oraria (part time o tempo pieno).

3.2. Lo studente idoneo al Project Work, riceverà dal Coordinatore i contatti delle aziende convenzionate presso le quali svolgere il colloquio. Qualora l'ente selezionato, non fosse convenzionato con lo IUSVE, seguire quanto specificato all'art 4.2.

3.3. Lo studente che avrà ricevuto esito positivo al colloquio sostenuto presso l'azienda:

1. dovrà stabilire con l'azienda il periodo esatto di Project Work accademico, che partirà almeno 15 giorni dopo la consegna del *Progetto Formativo*, di modo che l'università espliciti le pratiche interne e assicurative INAIL;
1. dovrà stabilire, assieme al Coordinatore IUSVE del Project Work e il tutor aziendale, le motivazioni della scelta, gli obiettivi e le modalità utili alla compilazione del *Progetto Formativo*;
2. consegnerà tramite l'area Sirius – Project Work (area consegna documentazione):
 - il modulo *Project Work accademico – Richiesta*;
 - il modulo *Progetto Formativo*.

3.4. Durante lo svolgimento del Project Work lo Studente compilerà il modulo *Project Work accademico - Certificazione oraria* che controfirmerà assieme al Tutor aziendale.

3.5. Prima del termine del Project Work lo studente dovrà avvisare il Coordinatore IUSVE del Project Work chiedendo un incontro con il Tutor aziendale per valutare il percorso svolto.

3.6. Al termine del Project Work lo Studente farà compilare e firmare dal Tutor aziendale il modulo *Project Work accademico - Scheda di valutazione dell'azienda*. In questa scheda dovrà altresì apporre la propria firma per presa visione.

3.7. Al termine del Project Work lo Studente dovrà realizzare un *book* in formato cartaceo o digitale (a seconda del progetto realizzato) in cui illustrerà il tema di ricerca e gli obiettivi raggiunti. Dovrà inoltre redigere e firmare una relazione personale del Project Work svolto compilando il modulo *Project Work accademico - Scheda di valutazione del tirocinante*.

3.8. Per ottenere l'accreditamento del Project Work svolto, al termine dello stesso, lo studente consegnerà tramite la procedura online (Sirius), prestando attenzione alle aree predisposte per il corretto caricamento, i seguenti moduli:

- a. *Project Work Accademico - Certificazione Oraria*;
- b. *Project Work Accademico - Scheda di valutazione dell'azienda*;
- c. *Project Work Accademico - Scheda di valutazione dello studente*;
- d. il *book* in formato digitale.

3.9. Il Coordinatore IUSVE del Project Work, verificata la modulistica consegnata, procederà alla registrazione del voto in trentesimi nel registro dei Project Work.

Per chi intende laurearsi nella sessione straordinaria di Gennaio il termine ultimo per la consegna dei documenti finali di Project Work (art. 3.8) coincide con il termine di consegna ufficiale della tesi di laurea.

3.10. Ciascuno Studente avrà quindi, nel proprio fascicolo, i seguenti documenti che attestano lo svolgimento del Project Work:

- a. richiesta di Project Work accademico;
- b. Progetto Formativo di Project Work;
- c. scheda di certificazione oraria del Project Work;
- d. scheda di Valutazione del Project Work accademico da parte del tutor aziendale;
- e. relazione personale di Project Work;
- f. il *book* in formato cartaceo o digitale.

La documentazione dovrà esser consegnata, seguendo la procedura online, entro 60 giorni dal termine del Project Work.

3.11. Lo studente che abbia vinto una borsa di studio all'estero con il programma USAC, affiliato e regolamentato da apposite convenzioni con IUSVE, potrà avere omologata l'esperienza come Project Work, a condizione che effettui la consegna della regolare documentazione (Process Book).

L'omologazione avverrà senza valutazione e contribuirà al normale raggiungimento dei crediti necessari al conseguimento della laurea.

ART. 4

Convenzioni con le aziende

4.1. Nel caso in cui l'azienda sia già convenzionata con IUSVE, lo studente in accordo con il proprio Coordinatore IUSVE del Project Work, potrà procedere al contatto dell'ente.

4.2. Nel caso in cui l'azienda non sia convenzionata dovrà fare riferimento al Coordinatore IUSVE del Project Work accademico inviando alla sua mail i riferimenti essenziali: dati anagrafici aziendali, portfolio clienti, sito internet.

Le aziende per poter essere convenzionate dovranno avere i seguenti requisiti:

- avere una dimensione di attività lavorativa di tipo aziendale (e non individuale);
- avere realizzato lavori a carattere nazionale;
- essere significativa nel proprio ambito di competenza.

I criteri verranno valutati a giudizio insindacabile dal Consiglio di Dipartimento di Comunicazione ed eventuali eccezioni potranno essere valutate tramite domanda scritta.

È fatto divieto di svolgere il Project Work / tirocinio accademico in aziende di proprietà di familiari di primo e secondo grado dello studente o di proprietà di docenti IUSVE.

Nel caso in cui l'azienda corrisponda ai requisiti sopra esposti lo studente riceverà comunicazione dell'avvenuta Convenzione direttamente dal Coordinatore IUSVE del Project Work (la procedura di convenzionamento ha una durata prevista di massimo tre settimane).

Nel caso in cui l'azienda non abbia i requisiti richiesti lo studente dovrà trovare una nuova realtà lavorativa a cui rivolgersi. Non è possibile da parte degli studenti prendersi degli impegni con le aziende a nome dello IUSVE senza aver ricevuto l'approvazione.

ART. 5

Informazioni

Tutta la modulistica necessaria per il Project Work accademico è disponibile all'interno dell'area Sirius e sul sito comunicazione.iusve.it/modulistica-projectwork

Nel sito comunicazione.iusve.it/enti-convenzionati-projectwork è disponibile la lista aggiornata degli Enti convenzionati ed eventuale segnalazione di altri Enti presso cui poter svolgere il Project Work accademico, previa Convenzione con lo IUSVE.



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

