**Verbale dell’incontro di consultazione con le organizzazioni rappresentative**

**della produzione, servizi, professioni e altri portatori di interesse**

Corso di Studi in Scienze Umanistiche per la Comunicazione

Corso di Laurea Magistrale in Teorie della Comunicazione

Dipartimento di Lettere e Filosofia - Scuola di Studi Umanistici e della Formazione

Data e luogo dell’incontro

**21/12/2021 ore 17,30, Telematica su GMeet**

Presenti per l’Università degli Studi di Firenze [Cfr. Allegato 1]:

Presenti per le organizzazioni rappresentative [Cfr. Allegato 1]:

La consultazione ha preso in considerazione i seguenti punti:

1. Approvazione del verbale del 30 novembre 2020
2. Comunicazioni
3. Modifica dell’ordinamento didattico della LM92 in Teorie della Comunicazione
4. Ridefinizione degli obiettivi formativi specifici e delle figure professionali/sbocchi occupazionali LM92
5. Discussione Scheda di Monitoraggio Annuale L20 e LM92
6. Varie ed eventuali
7. **Approvazione del verbale del 30 novembre 2020**

Il Presidente sottopone ad approvazione il verbale del 30 novembre 2020 [Cfr. Allegato 2].

Il Comitato approva all’unanimità.

1. **Comunicazioni**

Il Presidente informa il Comitato d’Indirizzo sui risultati della rilevazione in itinere di maggio e sull’andamento della situazione in questo periodo di emergenza e di didattica mista.

Il Presidente informa il Comitato d’Indirizzo che al Consiglio della Scuola di oggi si è discusso riguardo alla ‘sostenibilità’ dei Corsi di Studio rispetto al rapporto docenti/ studenti, le aule e infrastrutture troppo spesso inadeguate e i Corsi di Studio in Comunicazione (in particolare il triennio) sono stati oggetto di una particolare attenzione per le richieste di potenziamento del corpo docente e per il monitoraggio della situazione delle infrastrutture che, al ritorno alla normalità dopo l’emergenza sanitaria, risulterà ancora più critico visto l’aumento degli iscritti. Per la prima volta si è chiesto direttamente ai CdS di formulare alla Scuola le richieste (analiticamente dettagliate e motivate) in base alle specifiche esigenze didattiche dei Corsi.

1. **Modifica dell’ordinamento didattico della LM92 in Teorie della Comunicazione**

Il Presidente illustra dettagliatamente ai membri del Comitato d’Indirizzo la motivazione della modifica dell’ordinamento [Cfr. Allegato 3: Modifica Ordinamento LM92].

Il Presidente informa che la prima modifica dell’ordinamento riguarda la denominazione del Corso di studio ed è molto importante perché è il biglietto da visita con il quale ci si presenta agli studenti e deve rappresentare il più fedelmente possibile il profilo in uscita che ci si propone di formare. In altre parole, il nome del corso deve risultare coerente con gli obiettivi specifici e, naturalmente, con la Classe di appartenenza LM92. ‘Pratiche, linguaggi e culture della comunicazione’ ben sintetizza tutti i contenuti del corso e l’aspetto teorico affiancato ai linguaggi e alle pratiche. Le attività affini e integrative vanno a potenziare contenuti linguistici e abilità pragmatiche e comunicative nella sfera pubblica e istituzionale e in quella dell’impresa. Altri ambiti valorizzati riguardano l’analisi del discorso, le procedure di analisi delle emozioni e le competenze di ideazione, progettazione e sviluppo di oggetti comunicativi, integrandosi costruttivamente con aree disciplinari propriamente di taglio aziendale. Il CdL magistrale intende fornire una solida complessiva preparazione umanistica funzionale agli strumenti concettuali e operativi nell’ambito della comunicazione valorizzando conoscenze interdisciplinari. La prospettiva è quella di rispondere a un mercato dei processi comunicativi (informazione, comunicazione istituzionale, sociale, pubblicità, media) in continua evoluzione nel quale saranno sempre più necessarie figure professionali con competenze e abilità relative alla comunicazione come meccanismo alla base delle relazioni sociali e dei processi di formazione e conoscenza mediati dalla tecnologia, e dotati della capacità di adattamento e interpretazione del cambiamento. Obiettivo del Corso, come mostrano le discipline che ne costituiscono i contenuti e gli strumenti conoscitivi, è quello di fornire contenuti e conoscenze e a sviluppare competenze indirizzate a formare allievi provvisti di un know- how teorico e professionale specializzato in tutti gli ambiti della comunicazione che – soprattutto oggi – rappresentano un terreno strategico decisivo della nostra vita economica, sociale e politica.

La solidità e la completezza dell’iter di studi si manifesta apertamente nella sua pluridisciplinarità complementare e armonica includendo conoscenze cruciali, quali la sociologia dei processi culturali, il trattamento della comunicazione mediatica, la linguistica, i linguaggi dell’arte e della cultura visuale, i saperi filosofici e quelli pedagogico-formativi, le discipline relative all’organizzazione aziendale e i laboratori di tecnologie del knowledge management, dei media e dell’editoria multimediale.

Il profilo in uscita è quello di esperti dei processi comunicativi in grado di interpretare i cambiamenti di strategia del mercato. Anche per questo motivo il CdLM è particolarmente attento all’intreccio virtuoso tra comunicazione formativa e formazione alla comunicazione. Le competenze da acquisire nell’ideazione, progettazione e realizzazione di modelli di integrazione tra sapere formativo e istanza comunicativa sono, pertanto, considerate strumenti imprescindibili per chiunque aspiri a essere professionalmente attivo nell’ambito della comunicazione.

Il percorso formativo porterà gli studenti del CdLM a possedere competenze teoriche e metodologiche di alto livello che consentano loro di contribuire all'analisi, alla progettazione e realizzazione di modelli comunicativi nei diversi ambiti rilevanti per società complesse (comunicazione sociale, istituzionale, pubblicità, editoria, media e tecnologie multimediali con valenza culturale (siti, realtà aumentata, comunicazione interna ed esterna) – scuola e contesti di disagio e disturbo, comunicazione aumentativa - formativa, gestionale e aziendale); possedere competenze per comprendere la struttura e il funzionamento dei diversi mezzi di comunicazione tradizionali e nuovi; possedere competenze per progettare studi e attività di ricerca nell'ambito della comunicazione e dei suoi strumenti informativi e tecnologici in rapporto a vecchie e nuove esigenze conoscitive e informative; possedere competenze comunicative spendibili in diversi ambiti lavorativi pubblici e privati; il percorso formativo include la formazione necessaria per ridelineare nuovi lavori e per riformulare le abilità tradizionali nel mondo del lavoro in termini di abilità trasversali (soft skills); valorizzazione delle competenze di natura umanistico-filosofica e di riflessione culturale necessarie nelle strategie d’impresa, nei processi di riorganizzazione e in generale nella comunicazione interna ed esterna delle aziende.

Chiara Bacci esprime parere positivo nei confronti del nuovo titolo dato al corso di studi e prosegue con il seguente intervento: “Dato che compito di un titolo è attrarre evocando i contenuti poi da esprimere, ovviamente senza tradire ovvero promettere qualcosa che poi non ci sarà, apprezzo prima di tutto l'introduzione del termine “linguaggi”, che evoca la presa in carico di un contenuto e, in virtù dell'utilizzo al plurale, anche la molteplicità dei canali di comunicazione, anche non verbali. Il termine pratiche è, volendo, il contrario di “teorie” e perciò molto promettente per quanto riguarda le aspettative sul corso di studi. Il termine “culture” infine contiene un'apertura ad evoluzioni di vario tipo, presenti e future, sia in merito agli strumenti che ai contenuti che verranno. Aggiungo che, visto dal punto di vista di chi dovrà fruire di una figura format da tale corso, il titolo del percorso di formazione risulta promettente e calzante.

Marco Brusati interviene sostenendo che “la modifica del titolo è decisamente in linea con l'orientamento del corso e le sue integrazioni e ben la rappresenta; va anche incontro alle capacità percettive delle giovani generazioni e le aiuta ad approfondire il programma del corso, con un'attrazione comunicativa significativa. Infine il plurale di 'linguaggi' e 'culture' offre la giusta dinamica ad un corso inserito in una rapida evoluzione dei processi di comunicazione. Per quanto riguarda il programma, la struttura umanistica e antropologica rimane evidente e rappresenta l'aspetto distintivo del corso. Appoggio volentieri e pienamente le modifiche”.

Maria Donata Moschitta esprime parere favorevole riguardo ai nuovi insegnamenti contrassegnati nel documento relativo e chiedendo delucidazioni riguardo ai tirocini e ai Laboratori, in particolare B018674 - LABORATORIO: EDITORIA MULTIMEDIALE Anno Corso: 2. Pone poi un quesito di ordine generale riguardo alla percezione, da parte degli studenti, del biennio dopo il triennio in Unifi: riporta esperienze di ordine personale (dalla parte degli utenti) con l’obiettivo di capire il meccanismo. In particolare chiede se viene considerato come un corso di studi completo (3+2) o, al contrario, c’è una precisa volontà di distinzione.

Interviene la rappresentante degli studenti, Maria Rosaria Speranza, che manifesta particolare soddisfazione riguardo alla nuova denominazione e ai contenuti del CdS confermando che tali modifiche contribuiscono a rendere il corso più attrattivo per gli studenti che sentono la necessità di intraprendere un percorso di studi magistrale che si differenzi da quello svolto nel triennio.

La prof.ssa Lanfredini concorda con quanto è stato finora detto. Il nuovo titolo della LM ha il pregio di marcare una differenza rispetto ad altri corsi di comunicazione, rilevando la specificità del corso di studi fiorentino; i contenuti degli insegnamenti d'altro canto soddisfano pienamente la nuova titolazione. Emergono inoltre con più esattezza i punti di forza di questo tipo di studi: l'attenzione ai linguaggi nella loro pluralità, la dimensione teorica e riflessiva, l'attivazione di pratiche e strategie comunicative.

Laura Scarpellini, che ha giustificato la propria assenza, invia la seguente mail:

“Buon giorno; mi scuso ancora per la mia non partecipazione alla riunione del Comitato di Indirizzo, tuttavia ho letto con attenzione il materiale da voi inviato e trovo molto interessante quanto da voi proposto (punti tre e quattro all’ordine del giorno della convocazione). In relazione alla finalità di inserimento dei laureati nel mondo del lavoro e vista la crescente necessità per le aziende di intercettare professionisti della comunicazione con forti competenze digitali sarebbe a mio avviso utile dare rilievo a queste professionalità (afferenti anche all’ambito MTK) di cui a seguire fornisco a titolo esemplificativo brevi note. Digital Strategist: il Digital Strategist ha il compito di progettare, gestire e monitorare l’esecuzione di una strategia che coinvolga tutti i canali digitali di un’azienda, integrandola efficacemente nel più ampio piano di marketing e comunicazione del brand. Sulla base degli obiettivi aziendali pianifica azioni “organiche” e a pagamento, sia in ottica di brand awareness o engagement sia in ottica di lead acquisition. Si occupa di allocare il budget sui vari canali ed è, inoltre, la figura responsabile della definizione dei KPI per valutare l’andamento della strategia.

Il Comitato approva all’unanimità.

1. **Ridefinizione degli obiettivi formativi specifici e delle figure professionali/sbocchi occupazionali LM92**

È stato ovviamente necessario rivedere anche gli sbocchi occupazionali ed eliminare le codifiche ISTAT perché in molti casi inadeguate a descrivere puntualmente i profili in uscita e spesso fuorvianti. In alcuni casi si possono avvicinare professionalità elevate ad attività che possono essere svolte anche senza una laurea (o comunque una laurea di secondo livello). Il CdS magistrale prepara ad attività professionali di elevata responsabilità in ambiti quali: analisi, ideazione e realizzazione di sistemi comunicativi ibridi o integrati, con riferimento particolare alla produzione di contenuti digitali e multimediali per industrie culturali e creative (es: content editor, sceneggiatori, copy writer, per l’ideazione di soggetti story-board per la pubblicità, produttori di video, audiovisivi, storytelling, ecc.); promozione e gestione di piattaforme digitali e multimediali con funzioni di social media manager sia in enti pubblici che in aziende private, come promotori e gestori dell'innovazione informativa e comunicativa, nonché per la valorizzazione di imprese culturali, museali e bibliografiche; creazione e gestione di dispositivi comunicativi adeguati per una formazione aumentata in particolare in contesti educativi di disagio eproblematicità.

Il Comitato approva all’unanimità.

1. **Discussione Scheda di Monitoraggio Annuale L20 e LM92**

Vengono presentate analiticamente le Schede di Monitoraggio Annuale dei CdS triennale e magistrale [Cfr. Allegato 4 e 5] e vengono evidenziati i punti di forza e le criticità. Il Presidente invita i colleghi, i rappresentanti del mondo del lavoro e gli studenti a fare commenti e osservazioni in merito.

Per il Triennio: I dati relativi all’attrattività sono molto buoni così come le percentuali sulla prosecuzione degli studi e sulla diminuzione degli abbandoni. Anche il numero di laureati regolari riporta valori apprezzabili così come il giudizio complessivo degli iscritti sul Corso di Studio e sul rapporto con i docenti.

Le maggiori criticità riguardano sempre la ‘sostenibilità’ del CdS rispetto al rapporto docenti/ studenti, le aule e infrastrutture troppo spesso inadeguate. Queste criticità non possono essere riconducibili all’operato del CdS che continua a chiedere un potenziamento del corpo docente e un attento monitoraggio della situazione delle infrastrutture che, al ritorno alla normalità dopo l’emergenza sanitaria, risulterà ancora più critico visto l’aumento della popolazione studentesca del CdS. Una fotografia complessiva di sintesi del CdS anche rispetto agli indicatori di approfondimento della didattica vedono come punti di forza e aree nelle quali si osserva un miglioramento: Forte attrattività del CdS; buono il tasso di occupazione dopo il I anno dal conseguimento del titolo (L); migliorata la regolarità; migliorata la percentuale di laureati entro la normale durata del CdS; diminuito il numero di abbandoni dopo N+1 anni; migliorati i dati di internazionalizzazione; migliorata la percentuale di soddisfazione rispetto al CdS e al rapporto con i docenti.

Le criticità riguardano la bassa percentuale dei docenti di ruolo dei SSD di base e caratterizzanti; il rapporto inadeguato tra studenti regolari e docenti e l’inadeguatezza delle infrastrutture. Il Presidio Qualità di Ateneo ha giudicato positivamente la scheda ‘Analisi svolta in maniera molto puntuale ed esaustiva in termini di commento degli indicatori. L’analisi si concretizza con l’individuazione di punti di forza e aree di miglioramento; per queste ultime non sempre è presente il dettaglio delle azioni, tempi e responsabilità. Serve anche il collegamento con quanto fatto dal CdS l’anno precedente, con informazioni sui risultati ottenuti e relative valutazioni di efficacia. Il PQA suggerisce di migliorare questi punti.

Per la Laurea Magistrale: Il Presidente informa il Consiglio che il Presidio Qualità di Ateneo ha valutato molto positivamente la SMA. ‘Analisi svolta in maniera molto puntuale ed esaustiva per i diversi indicatori. L’analisi si concretizza con l’individuazione di punti di forza e aree di miglioramento e, per queste ultime, è presente il dettaglio delle azioni, dei tempi e delle responsabilità (anche se non per tutti). Per alcuni indicatori è riportato il collegamento con quanto fatto dal CdS l’anno precedente, con informazioni sui risultati ottenuti. Parere PQA: molto positivo.

Il Presidente riprende i dati salienti della SMA e li commenta. Di fatto anche i dati contenuti nella SMA sono positivi rispetto all’aumento del numero di iscritti e alla regolarità negli studi. La presenza di circa un 20% di studenti stranieri è inoltre un valore importante nei termini dell’internazionalizzazione.

Il Comitato approva all’unanimità.

1. **Varie ed eventuali**

Non ci sono varie ed eventuali.

L’incontro si è concluso alle 19,00.

ELENCO ALLEGATI

* Allegato 1: foglio firme
* Allegato 2: verbale 30 novembre 2021
* Allegato 3: Modifica Ordinamento LM92
* Allegato 4: SMA L-20
* Allegato 5: SMA L-92

Letto, approvato e sottoscritto

Il Presidente Il Segretario verbalizzante

Prof.ssa Benedetta Baldi Dott.ssa Irene Micali

Firenze, 21 dicembre 2021