



**CONSOLIDAMENTO DEL CORSO DI LAUREA IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ
FASI ISTRUTTORIE E PREPARATORIE
(MAGGIO 2018 – OTTOBRE 2020)**

*Il presente documento è stato redatto nella sua forma finale
nel mese di ottobre 2020*

INDICE

1. PREMESSA
2. PRINCIPALI CRITICITÀ E RACCOMANDAZIONI EMERSE IN SEGUITO ALLA VISITA DELLA CEV
3. AZIONI INTRAPRESE DURANTE L'ANNO 2018
4. RESOCONTO DELL'INCONTRO CON IL PRESIDENTE DEL PRESIDIO DI QUALITÀ DI ATENEIO (6 FEBBRAIO 2019)
5. COSTITUZIONE DEL GRUPPO DI LAVORO PER IL NUOVO ORDINAMENTO (APRILE-GIUGNO 2019)
6. VERBALE DELL'INCONTRO DEL GRUPPO DI LAVORO DEL 27 GIUGNO 2019
7. ULTERIORI AZIONI INTRAPRESE NELL'ANNO 2019
8. VERBALE DELL'INCONTRO DEL GRUPPO DI LAVORO DELL'11 DICEMBRE 2019
9. VERBALI DELLE CONSULTAZIONI DELLE PARTI (FEBBRAIO-MARZO 2020)
10. INDICATORI ISTAT SULLA RECENTE CRESCITA DEI NUMERI DELLE IMPRESE (“STUDI DI SETTORE”)
11. ANALISI DEI DATI SUGLI SBOCCHI OCCUPAZIONALI DEI LAUREATI
12. AZIONI INTRAPRESE NELLA PRIMA PARTE DELL'ANNO 2020
13. SINTESI E PROPOSTE



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

1. PREMESSA

- 1.a.** L'ultima revisione dell'ordinamento del corso di laurea in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità (CIM) risale al 2014. A distanza di 6-7 anni appare opportuno procedere a una revisione e un consolidamento del corso di laurea, tenendo conto delle nuove esigenze della società e dell'economia.
- 1.b.** Nel periodo 6-10 novembre 2017 il corso di laurea CIM, assieme ad altri corsi di studio dell'Università degli Studi di Pavia, ha ricevuto una visita in loco per l'Accreditamento Periodico. La relazione finale della CEV (Sotto-CEV A), pervenuta all'Ateneo pavese all'inizio di novembre 2018, ha evidenziato alcune criticità, delle quali è opportuno tenere conto nel processo di revisione e consolidamento.



2. PRINCIPALI CRITICITÀ, E RACCOMANDAZIONI, EMERSE IN SEGUITO ALLA VISITA DELLA CEV

La relazione finale della CEV ha messo in evidenza in particolare i seguenti punti di attenzione connessi con i requisiti 3A, 3B e 3D relativi alla Qualità dei Corsi di Studio:

2.A. Relativamente al Requisito R3A (e R3D):

- 2.A.1. effettuare consultazioni più ampie, frequenti e strutturate, a partire da una approfondita analisi dei dati relativi agli sbocchi dei laureati ed utilizzando anche studi di settore; effettuare l'interlocuzione con le parti interessate in modo sistematico e coinvolgendo un maggior numero di attori, anche al fine di acquisire indicazioni circa l'efficacia del percorso formativo;
- 2.A.2. descrivere con maggior chiarezza quali sono i profili professionali e quali conoscenze, abilità e competenze vengono fornite in relazione ai profili;
- 2.A.3. rendere esplicita la coerenza tra le competenze associate ai diversi profili professionali individuati e gli obiettivi formativi formulando in modo misurabile i risultati di apprendimento previsti.

2.B. Relativamente al Requisito R3B:

- 2.B.1. definire, comunicare e attuare una sistematica verifica della adeguata preparazione iniziale; prevedere attività per il recupero delle lacune individuate;
- 2.B.2. prevedere idonee iniziative per il potenziamento della mobilità degli studenti, creando le condizioni per una maggiore partecipazione ai bandi Erasmus;
- 2.B.3. verificare che le schede degli insegnamenti siano compilate più chiaramente nella parte relativa alla modalità di accertamento dell'apprendimento.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

3. AZIONI INTRAPRESE DURANTE L'ANNO 2018

- A maggio 2018 il Consiglio Didattico ha deciso di delegare il Responsabile del corso di laurea, prof. Marco Porta, a effettuare, con l'ausilio della Segreteria didattica del corso, una verifica dei "syllabi" degli insegnamenti del corso di laurea CIM presenti nell'apposito sito del corso di laurea (<http://cim.unipv.eu/corsi/corsi-cim/>) e nel catalogo degli insegnamenti di Ateneo (<http://wcm-3.unipv.it/site/home/didattica/catalogo-insegnamenti.html>). L'obiettivo era quello di indurre alcuni docenti a meglio uniformarsi alle buone pratiche suggerite anche dal Presidio di Qualità di Ateneo. Tale monitoraggio ha suggerito al Responsabile del CL e al Presidente del Consiglio didattico di contattare alcuni docenti il cui syllabus necessitava di interventi parziali o generali. In seguito a tali interventi, attuati tra giugno e agosto 2018, si è potuto constatare un miglioramento della qualità dei syllabi, e a settembre 2018 la quasi totalità degli stessi risultava coerente con le linee guida del Presidio di qualità di Ateneo. Si è deciso di proseguire tali interventi anche in vista delle successive finestre di revisione dei syllabi (ottobre 2018 e febbraio 2019).
- A giugno 2018 il Consiglio Didattico ha deciso di avviare, in via sperimentale, la predisposizione e lo svolgimento, per l'anno accademico 2018/19, di un test di ingresso per le matricole CIM, da somministrare ai soli candidati che si presentavano con un voto di maturità inferiore a 70/100. L'obiettivo di questa azione era quello di sperimentare la validità di un tale test, per poi estenderlo obbligatoriamente a tutti nel successivo anno accademico. Le domande incluse nel test vertevano sulle seguenti materie: lingua inglese, cultura generale, storia contemporanea, comprensione del testo. Il test si è svolto a inizio settembre 2018, a cura del dott. Caiani (allora operante presso la Segreteria del corso di laurea) e dei prof. Chiapponi, Legnante e Tuccari, e ha coinvolto circa 80 studenti, dei quali il 75% circa ha superato la soglia prevista per non essere soggetto a Obblighi Formativi Aggiuntivi. Coloro che non hanno superato detta soglia sono stati invitati a seguire un corso online di supporto predisposto per le matricole del Dipartimento di Scienze politiche e sociali. A seguito delle risultanze di questo esperimento, si è deciso di rendere obbligatorio il test per il successivo anno accademico 2019/20.
- In un incontro informale di novembre 2018, il Consiglio Didattico ha affrontato il problema della scarsa adesione degli studenti CIM ai bandi Erasmus, che contribuisce alla bassa mobilità internazionale degli studenti stessi. Impegnandosi a correggere in futuro tale criticità (p. es. dando maggiore visibilità ai bandi stessi e invitando gli studenti di secondo anno a incontri informativi), si osserva unanimemente quanto segue: (a) la natura interdipartimentale del corso di laurea rende più difficile trovare partner dotati di un'offerta formativa coerente con quella di Pavia, pur considerando che un'esperienza Erasmus ben sfruttata è di per sé un valore indipendentemente dai contenuti; (b) secondo i dati forniti dall'Ateneo, gli studenti di CIM provengono da famiglie che sono in genere meno abbienti della media di Ateneo: ciò rende più oneroso affrontare l'esperienza Erasmus, in presenza delle modeste borse di studio messe a disposizione dall'Ateneo.



4. RESOCONTO DELL'INCONTRO CON IL PRESIDENTE DEL PRESIDIO DI QUALITÀ DI ATENEIO (6 FEBBRAIO 2019)

In seguito alla ricezione da parte dell'Ateneo, a novembre 2018, della Relazione Finale della CEV circa la visita in loco per l'Accreditamento Periodico (novembre 2017), il Presidente del PQA, prof. Stefano Sibilla, ha chiesto di incontrare il Consiglio Didattico dei corsi di studio in Comunicazione. L'obiettivo dell'incontro era di discutere delle possibili azioni da intraprendere a seguito delle osservazioni della CEV, riportate al precedente paragrafo 2.

Si offre qui di seguito un resoconto sintetico dell'incontro.

Dopo i saluti e l'introduzione del Presidente del Consiglio Didattico, il prof. Sibilla riassume le criticità messe in evidenza dalla CEV e le raccomandazioni conseguenti. Successivamente, il prof. Sibilla invita il Consiglio a concentrarsi sui seguenti elementi e perseguire le seguenti strategie:

- Occorre porre molta attenzione alla filiera obiettivi-percorso-contenuti, per aumentarne la coerenza;
- Sono particolarmente importanti le consultazioni con le Parti: da una parte, occorre selezionarne un numero congruo, appartenenti a diversi settori di attività, sia pubblica sia privata; dall'altra parte, occorre porre attenzione alle specificità del corso di laurea, in particolare la sua natura interdipartimentale, ed evitare di adeguarsi ad ogni possibile suggerimento specifico fornito indipendentemente dalle diverse Parti. Occorre infatti garantire la coerenza del progetto;
- È opportuno concentrare qualche ulteriore sforzo nella direzione della mobilità internazionale e dei bandi Erasmus, pur nella consapevolezza delle difficoltà specifiche che caratterizzano gli studenti del corso di laurea;
- Occorre confermare, rendendolo obbligatorio per tutte le matricole, il test di verifica delle conoscenze preliminari già sperimentato a settembre 2018; occorrerà anche indicare nel Regolamento di coorte gli Obblighi Formativi Aggiuntivi cui dovranno sottoporsi gli studenti che non abbiano superato il test;
- Il Consiglio didattico dovrà curarsi, tramite controlli da parte del Responsabile e della Segreteria del corso di laurea, che la compilazione dei syllabi sia coerente con le buone pratiche suggerite dall'ANVUR e dal PQA. Particolare attenzione dovrà essere posta al caso dei docenti a contratto, spesso professionisti del settore, che sono necessariamente in numero significativo dato il loro prezioso contributo allo svolgimento della didattica.

Al termine dell'esposizione del prof. Sibilla, si apre un'ampia discussione, da cui emergono in modo condiviso le seguenti considerazioni:

- Il mondo della Comunicazione è oggi in continua evoluzione, e sono necessarie competenze pluridisciplinari per poter affrontare con successo la formazione in ambito accademico. In tal



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

senso, la natura interdipartimentale del corso di laurea può costituire una ricchezza: occorre valorizzare meglio questo aspetto nel futuro RAD;

- In conseguenza della precedente osservazione, sarà importante individuare e coinvolgere un insieme di Parti sociali che appartengano a vari settori diversi dell'economia e della società. Occorrerà altresì che tali Parti sociali siano, almeno in parte, disponibili a un rapporto continuativo con il corso di laurea, al fine di monitorare assieme a esse gli esiti del processo formativo. A tale fine, potrà essere utile invitare le Parti più sensibili a formare un "advisory board" che si riunisca periodicamente;
- In relazione alla verifica delle conoscenze iniziali, va confermato il principio del numero programmato a livello locale, anche per garantire una didattica più efficace. Occorre altresì, come deciso nel giugno 2018 [*si veda il precedente paragrafo 3*], introdurre una prova obbligatoria per tutti i candidati, già a partire dal successivo anno accademico 2019/20, abbandonando la formula dell'immatricolazione "a esaurimento". Pur riconoscendo che la qualità media della preparazione degli studenti iscritti si è abbassata rispetto ai lustri precedenti, cosa peraltro comune a quasi tutti i corsi di laurea dell'Ateneo, occorre dare ai potenziali studenti segnali circa l'impegno che verrà loro richiesto: ciò potrebbe favorire un loro maggiore sforzo già dal primo anno, affievolendo il problema degli abbandoni negli anni successivi;
- Sempre circa la verifica delle conoscenze iniziali, dovranno essere comunicati con chiarezza gli Obblighi Formativi Aggiuntivi che si intenderà indicare per chi non superi il test iniziale secondo i criteri stabili dal Consiglio didattico. Non pare opportuno indicare Obblighi che richiedano un impegno per l'intero primo anno accademico; tuttavia, occorrerà che i risultati delle attività richieste siano certificabili. Nel contempo, un maggiore raccordo fra i docenti degli insegnamenti di primo anno potrà essere utile per migliorare l'efficacia didattica e motivare maggiormente gli studenti. Infine, potrebbe essere utile somministrare ai nuovi studenti un breve questionario per comprendere le loro aspettative e per auto-valutarsi rispetto all'effettiva offerta didattica che si intenderà proporre loro;
- Riguardo alla redazione dei syllabi, occorre sicuramente proseguire sulla strada intrapresa già nel 2018, a cura di un ristretto gruppo che affianchi il Responsabile del corso di laurea;
- Con riferimento al problema della mobilità internazionale e della partecipazione ai bandi Erasmus, valgono gli argomenti già sollevati nell'incontro del novembre 2018 [*si veda il precedente paragrafo 3*], relativi alle difficoltà soggettive (bassi redditi medi delle famiglie degli studenti) e oggettive (scarsità di partner con offerta formativa sovrapponibile); si deve considerare anche l'elevata propensione degli studenti CIM a svolgere lavori, anche temporanei, durante il percorso di studi. A ciò, sostengono alcuni partecipanti all'incontro, si aggiunge il non elevato livello di conoscenza iniziale della lingua inglese. Quest'ultima osservazione rafforza l'esigenza di effettuare un efficace test di verifica delle conoscenze iniziali; potrebbe essere opportuno, a tal proposito, coinvolgere il Centro Linguistico di Ateneo, che offre corsi online utili per l'assolvimento degli eventuali obblighi formativi aggiuntivi;



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

- Il carattere pluridisciplinare del corso di laurea, con la sua organizzazione interdipartimentale, rendono necessaria una più sistematica ed efficace comunicazione, a cura del Presidente del Consiglio Didattico, con i Dipartimenti coinvolti e con i loro Direttori. Ciò contribuirà a rendere più compatta l'offerta didattica;
- Sempre a proposito della natura pluridisciplinare e generalista del corso di laurea, alcuni partecipanti all'incontro suggeriscono la possibilità di prevedere delle specializzazioni da realizzarsi nel terzo anno di corso, tramite l'offerta di insegnamenti modulari "a Y" (una prima parte in comune, una seconda parte a scelta fra più alternative), anche se ciò potrebbe dimostrarsi complesso a causa della scarsità delle risorse di docenza;
- Infine, i partecipanti concordano nel procedere gradualmente verso il nuovo ordinamento per mezzo di alcuni passaggi da avviare già durante il percorso: pare opportuno dare priorità in primo luogo all'organizzazione delle prove di ingresso obbligatorie; in parallelo occorre perfezionare il monitoraggio dei syllabi; successivamente ci si potrà concentrare sul punto della mobilità internazionale degli studenti.

[Rapporto redatto a cura del Presidente, prof. Giorgio Rampa, e del Vicepresidente, prof. Simone Gerzeli, del Consiglio Didattico]



5. COSTITUZIONE DEL GRUPPO DI LAVORO PER IL NUOVO ORDINAMENTO (APRILE-GIUGNO 2019)

- Nella seduta del 9 aprile 2019, il Presidente del Consiglio didattico ha comunicato ai partecipanti l'intenzione di costituire un Gruppo di Lavoro ristretto, con il compito di istruire le pratiche necessarie per attuare il progetto di revisione del RAD del corso di laurea CIM. Il Consiglio ha delegato il Presidente a consultare i componenti per selezionare i componenti del Gruppo di Lavoro, con l'auspicio che i componenti costituissero una piena rappresentanza dei Dipartimenti coinvolti nel corso. I partecipanti alla seduta hanno altresì suggerito che il Gruppo di Lavoro si dovesse occupare dell'individuazione di un congruo insieme di Parti sociali da consultare nei successivi mesi;
- Nei mesi di aprile e maggio 2019 il Presidente del Consiglio didattico ha consultato per le vie brevi vari componenti del Consiglio stesso, nonché i Direttori dei Dipartimenti coinvolti nel corso di laurea CIM (Scienze politiche e sociali, Giurisprudenza, Studi umanistici, Ingegneria industriale e dell'informazione, Scienze economiche aziendali), ricevendo utili suggerimenti in relazione sia alla composizione del Gruppo di lavoro sia ai suoi compiti;
- Nella seduta del 5 giugno 2019 il Consiglio didattico di Comunicazione ha deliberato la seguente composizione del Gruppo di lavoro per l'istruttoria della revisione del RAD di CIM:
 - Prof. Giampaolo Azzoni (Giurisprudenza)
 - Prof.ssa Elisabetta Jezek (Studi umanistici)
 - Prof. Guido Legnante (Scienze politiche e sociali)
 - Prof. Marco Porta (Ingegneria industriale e dell'informazione)
 - Prof. Giorgio Rampa (Scienze economiche e aziendali)

Il Consiglio ha dato mandato al Gruppo di lavoro di: (a) avviare quanto prima, e comunque entro luglio 2019, i propri lavori; (b) tenere conto, oltre che delle considerazioni finali della CEV, anche delle risultanze dei precedenti incontri, formali e informali, avvenuti durante gli anni 2018 e 2019; (c) individuare le Parti sociali da consultare entro l'inizio dell'anno 2020; (d) predisporre, entro l'estate 2020, un documento preparatorio ai fini dell'approvazione, a settembre 2020, del nuovo ordinamento del corso di laurea CIM; (e) tenere informati i Direttori dei Dipartimenti coinvolti circa l'andamento del processo di revisione dell'ordinamento.



6. VERBALE DELL'INCONTRO DEL GRUPPO DI LAVORO DEL 27 GIUGNO 2019

Il giorno 27 giugno 2019, alle ore 9:00, previa convocazione via e-mail del Presidente del Consiglio Didattico, si è riunito presso i locali del Dipartimento di Scienze politiche e sociali il Gruppo di lavoro per la revisione del RAD del CdL CIM, istituito dal Consiglio didattico nella seduta del 5 giugno 2019. Sono presenti i seguenti componenti:

- Prof. Giampaolo Azzoni
- Prof.ssa Elisabetta Jezek
- Prof. Guido Legnante
- Prof. Marco Porta
- Prof. Giorgio Rampa (Presidente del Consiglio didattico)

È stato altresì invitato a partecipare il prof. Simone Gerzeli, componente del Presidio di Qualità di Ateneo per conto del Dipartimento di Scienze politiche e sociali.

I partecipanti hanno in primo luogo ripreso le osservazioni e i suggerimenti della CEV, pervenuti all'Ateneo a novembre 2018, nonché le risultanze dei diversi incontri e decisioni attuate dal Consiglio didattico di Comunicazione nei 6 mesi precedenti.

Si è convenuto in primo luogo di individuare un piano temporale di lavoro ai fini della revisione RAD, da predisporre entro ottobre 2020. Si ritiene ragionevole individuare un insieme congruo di Parti sociali entro la fine dell'anno 2019, e di procedere alla loro consultazione entro i primissimi mesi del 2020; entro l'inizio di settembre 2020 si dovrà proporre al Consiglio Didattico una proposta del nuovo RAD, per passare successivamente alle deliberazioni degli Organi competenti; solo successivamente, indicativamente in autunno 2020 inoltrato, ci si dovrà concentrare sulla formulazione del piano degli studi (si rammenta che la nuova scheda SUA per l'anno accademico 2021/22 dovrà essere predisposta a inizio 2021).

Il prof. Gerzeli suggerisce di progredire per gradi, secondo quanto già deciso dal Consiglio didattico, senza rinviare all'anno accademico 2021/22 alcuni interventi più urgenti quali il miglioramento dei syllabi, la gestione della verifica delle conoscenze iniziali e l'incentivazione della mobilità internazionale. Il Gruppo di Lavoro concorda su tale impostazione; il Presidente ricorda peraltro le iniziative già intraprese nel 2018 e decise per il 2019 circa la verifica delle conoscenze iniziali; il Presidente ringrazia inoltre il prof. Porta, Responsabile del corso di laurea, per la continua attività di monitoraggio dei syllabi svolta dal 2018.

Il Gruppo di lavoro concorda sul fatto che la caratteristica interdipartimentale del corso di laurea costituisca al contempo una opportunità e una sfida. Da una parte, l'opportunità consiste nel poter fornire agli studenti uno spettro ampio e composito di conoscenze ed esperienze formative, a fronte di



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

un mondo della comunicazione che è molto variegato e in continua evoluzione: pare infatti preferibile preparare studenti dotati di atteggiamento flessibile e curioso, piuttosto che professionisti dotati di competenze molto specifiche che rischiano di divenire obsolete in pochi anni. Dall'altra parte, la sfida deriva dalla mancanza (definita a livello di Ateneo) di una *Facoltà* che raggruppi in sé tutte le competenze necessarie a comporre l'offerta formativa: l'appartenenza dei docenti a Dipartimenti diversi richiede un più intenso sforzo di coordinamento che, se ben condotto dal Consiglio didattico, consentirà di raggiungere con successo gli obiettivi formativi definiti.

Un ulteriore elemento che l'organizzazione della proposta formativa dovrà tenere in considerazione è l'elevata presenza di docenti a contratto, tipicamente professionisti del settore, presenza di per sé molto valida viste le loro competenze sul campo. Un possibile effetto di tale presenza è il minor tempo che i docenti a contratto riescono normalmente a dedicare al ricevimento degli studenti e alle tesi di laurea. È infatti noto il gravoso impegno creato dall'elevata numerosità degli studenti in termini di ricevimento, svolgimento esami, tutoraggio per lo svolgimento delle tesi. Per tale ragione, potrà essere opportuno organizzare l'offerta formativa in modo tale che la responsabilità di almeno alcuni insegnamenti/laboratori sia condivisa tra docenti strutturati e docenti a contratto, dove i primi abbiano più responsabilità nel contatto continuo gli studenti e i laureandi, mentre i secondi si potranno concentrare sull'attività di fornire importanti testimonianze e tecniche maturate sul campo. Potrà essere assai utile, a tale proposito, un più intenso utilizzo dei seminari didattici integrativi, da affiancare all'affidamento formale di titolarità, per intero o in parte, di insegnamenti.

Tornando alla caratteristica pluridisciplinare e generalista del corso di laurea, più volte caldeggiata dal Consiglio didattico, il Gruppo di lavoro condivide l'idea che essa possa essere coniugata con l'esigenza di conoscenze più specifiche strutturando una quota degli insegnamenti e/o laboratori in modo tale che una prima parte di essi abbia contenuti più generali, mentre una seconda parte sia formata da più alternative specializzate, da intraprendere a scelta da parte degli studenti.

A conclusione dell'ampia discussione, il Gruppo di lavoro definisce le seguenti azioni da intraprendere da parte del Gruppo stesso, in vista di un successivo incontro:

- Il Presidente è delegato a tenere stretti contatti con i Direttori dei Dipartimenti coinvolti, al fine di verificare la disponibilità a offrire suggerimenti di contenuto e di tipo organizzativo e, inoltre, la volontà di mettere a disposizione del CdL risorse di docenza;
- Nel contempo, i membri del Gruppo sonderanno i colleghi del proprio Dipartimento per ottenere ulteriori suggerimenti e disponibilità;
- I membri del Gruppo di lavoro rimarranno in contatto per le vie brevi per concordare le linee del progetto che dovrà essere proposto a tempo debito, previa consultazione con i Dipartimenti. Si riconosce infatti l'importanza che il Gruppo riveste dal punto di vista della proposizione attiva di idee;



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

- Ciascun membro del Gruppo si occuperà di individuare e proporre, entro l'autunno 2019, un insieme di Parti sociali che occorrerà consultare a inizio 2020.

La riunione si chiude alle ore 11.

Il presente verbale è letto e immediatamente sottoscritto dai componenti del Gruppo di lavoro.

- Prof. Giampaolo Azzoni
- Prof.ssa Elisabetta Jezek
- Prof. Guido Legnante
- Prof. Marco Porta
- Prof. Giorgio Rampa (Presidente del Consiglio didattico)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

7. ULTERIORI AZIONI INTRAPRESE NELL'ANNO 2019

- Dopo l'incontro del Gruppo di Lavoro del 27 giugno 2019, il Presidente del Consiglio Didattico ha informato via mail i Direttori dei Dipartimenti coinvolti, nonché il Rettore, circa le prime conclusioni raggiunte dal Gruppo stesso;
- Nei mesi successivi, il Presidente del Consiglio didattico si è tenuto in contatto con i Direttori del Dipartimento per aggiornarli continuamente sul processo in corso;
- Il Consiglio didattico di Comunicazione, nella seduta del 5 giugno 2019, ha deliberato che a fine settembre 2019 si svolgessero le prove per la verifica delle conoscenze iniziali, obbligatorie per tutti gli immatricolati. Le prove, come deciso nella successiva seduta del consiglio (18/9/2019), vertevano sulle materie della Storia contemporanea, della Comprensione del testo, della Società digitale, e della Lingua inglese. Il 19% circa dei candidati non ha superato le prove, e in tal caso gli Obblighi Formativi Aggiuntivi sono consistiti in: (a) seguire un ciclo di lezioni online di supporto allestite a cura del Dipartimento di Scienze politiche e sociali; e (b), nel caso di insufficienza nella Lingua inglese, seguire un apposito ciclo di lezioni online di supporto approntate a cura del Centro Linguistico di Ateneo. In entrambi i casi, i cicli di lezione terminavano con una prova da svolgersi sempre online. Tali iniziative paiono aver avuto l'effetto di migliorare l'impegno profuso in media dagli studenti durante il primo anno di corso, come testimoniato da alcuni indici desumibili da colloqui avuti con alcuni docenti alla fine del primo semestre del 2019/20;
- Il Responsabile del corso di laurea ha proseguito negli inviti ai docenti a compilare i syllabi degli insegnamenti (finestre luglio-agosto e ottobre-novembre 2019, febbraio-marzo 2020), intervenendo attivamente in alcuni casi con richiami e suggerimenti;
- Tra ottobre e novembre 2019 il Presidente del Consiglio didattico ha tenuto alcuni incontri con i responsabili Erasmus del corso di laurea, per definire alcune azioni di incentivo da intraprendere a inizio del secondo semestre 2019/20. Tra le iniziative programmate vi era la convocazione degli studenti di primo e secondo anno a due incontri in cui illustrare, rispettivamente, le caratteristiche generali del programma Erasmus e i programmi di scambio Erasmus attivati dal corso di laurea. Purtroppo, la situazione di emergenza sanitaria da COVID-19 generatasi a partire da metà febbraio 2020 non ha consentito di attuare tali iniziative.



8. VERBALE DELL'INCONTRO DEL GRUPPO DI LAVORO DELL'11 DICEMBRE 2019

Il giorno 11 dicembre 2019, alle ore 11:00, previa convocazione via e-mail del Presidente del Consiglio Didattico, si è riunito presso i locali del Dipartimento di Scienze politiche e sociali il Gruppo di lavoro per la revisione del RAD del CdL CIM, istituito dal Consiglio didattico nella seduta del 5 giugno 2019. Sono presenti i seguenti componenti:

- Prof. Giampaolo Azzoni
- Prof.ssa Elisabetta Jezek
- Prof. Guido Legnante
- Prof. Marco Porta
- Prof. Giorgio Rampa (Presidente del Consiglio didattico)

Preliminarmente, il Presidente illustra le azioni intraprese nei mesi recenti [*si veda il precedente paragrafo 7*]. Di seguito, componenti del Gruppo di lavoro riferiscono circa i contatti intrattenuti presso i rispettivi Dipartimenti. È opinione condivisa dal Gruppo che il modo più efficace di procedere sia ora di provvedere a concordare al proprio interno il progetto di revisione del RAD di CIM, per poi sottoporlo a tempo debito al Consiglio Didattico e ai Dipartimenti.

A tal fine, il Gruppo ritiene importante che, nella stesura finale del RAD, si tenga conto dei seguenti due aspetti; (a) dovranno essere in parte sfoltiti i profili professionali rispetto al RAD del 2014, rendendone più chiari i contenuti ai fini dell'offerta formativa; (b) non si potrà prescindere dal carattere pluridisciplinare del corso di laurea.

Ai fini della successiva definizione del piano degli studi, secondo il Gruppo di lavoro occorrerà considerare i seguenti aspetti: (i) definizione di temi e contenuti (anche, ma non solo, in considerazione delle aree di appartenenza dei docenti); (ii) interazione contenuti/strumenti, puntando anche a includere nell'esperienza didattica metodologie più orientate alle professioni (es. grafica, video, scrittura); (iii) valorizzazione del contributo dei docenti a contratto, eventualmente stipulando convenzioni con Parti esterne al fine anche di rendere più stabile il loro contributo. Sempre a proposito dei docenti a contratto, potrà giovare a una maggiore efficacia didattica il non rinnovare troppo a lungo i contratti alle singole persone.

Successivamente, come progettato nel precedente incontro del 27 giugno 2019, il Gruppo passa a individuare le Parti sociali da coinvolgere nelle consultazioni ai fini della definizione del nuovo ordinamento del corso di laurea. Ogni componente del gruppo ha provveduto a prendere contatti con enti e istituzioni, sia pubbliche sia private, operanti in diversi settori, che potrebbero essere disponibili a fornire opinioni e suggerimenti. Dopo ampia discussione, si decide di individuare le seguenti Parti sociali rilevanti dal punto di vista territoriale e nazionale.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

ISTITUZIONE	NOME DELLA/E PERSONA/E DI RIFERIMENTO
FERPI – Federazione Relazioni pubbliche italiana	Rossella Sobrero, Presidente; Daniele Salvaggio, responsabile della formazione
ASSOREL – Associazione Imprese di comunicazione e relazioni pubbliche	Massimo Tafi, Presidente
ASSOLOMBARDA sede di Pavia	Alessandro Scarabelli, Direttore
CONFINDUSTRIA PAVIA	Nicola De Cardenas, Presidente; Francesco Caracciolo, Direttore
REPUTATION INSTITUTE ITALIA	Fabio Ventoruzzo; Michele Tesoro-Tess
RAI	Marcello Foa, Presidente
RCS ACADEMY BUSINESS SCHOOL	Antonella Rossi
STORY FACTORY – Narrazione di impresa	Andrea Fontana, Presidente
ASSOCOMPOL – Associazione italiana di comunicazione politica	Giampietro Mazzoleni, Presidente
QUORUM-YOUTREND – Ricerca e analisi di comunicazione politica e istituzionale	Lorenzo Pregliasco, Managing partner
OSSERVATORIO DI PAVIA	Andrea Caretta, Presidente
VISUAL LAB / GRUPPO GEDI	Marianna Bruschi, Responsabile
AICA – Associazione italiana per l'informatica e il calcolo automatico	Giovanni Adorni, Presidente
EPISTEME – Intelligenza e comunicazione	Monica Fabris, Presidente
PR HUB – Rete di agenzie di relazioni pubbliche	Andrea Cornelli, Coordinatore
MIRO COMUNICAZIONE – Pubbliche relazioni	Rossella Rosciano, Communication manager
FASTWEB	Luciana Delaurentis, Internal communication manager
3M Italia	Daniela Aleggiani, Responsabile brand & communications
IBM Italia	Andrea Gelmo, Head of field marketing
SKY Italia	Matteo Sangalli, Head of postproduction
FACILITY LIVE – High Tech Scaleup	Giampiero Lotito, AD
LA PROVINCIA PAVESE – Gruppo editoriale L'Espresso	Andrea Filippi, Direttore

Il Gruppo di lavoro dà mandato al Presidente di invitare le suddette Parti sociali, via mail, a fornire opinioni e suggerimenti sul processo di revisione, allegando gli attuali RAD e piano di studi di CIM; nel messaggio di invito occorrerà sottolineare il carattere pluridisciplinare e interdipartimentale del corso di laurea. Le consultazioni si svolgeranno nei successivi mesi di gennaio e febbraio 2020



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

La riunione si chiude alle ore 13.

Il presente verbale è letto e immediatamente sottoscritto dai componenti del Gruppo di lavoro.

Prof. Giampaolo Azzoni
Prof.ssa Elisabetta Jezek
Prof. Guido Legnante
Prof. Marco Porta
Prof. Giorgio Rampa (Presidente del Consiglio didattico)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

9. VERBALI DELLE CONSULTAZIONI DELLE PARTI (FEBBRAIO-MARZO 2020)

Delle ventidue Parti sociali individuate dal Gruppo di lavoro nell'incontro dell'11 dicembre 2019, dodici hanno risposto all'invito: si è stabilito di avviare i primi contatti con queste ultime, rinviando a momenti successivi il sollecito delle altre. Con le dodici parti sociali sono stati concordati incontri da tenersi nel mese di febbraio-marzo 2020, in presenza oppure tramite contatti in videoconferenza o via telefono. Due di tali dodici Parti sociali, ASSOLOMBARDA e ASSOCOMPOL, hanno inviato via mail al Presidente documenti contenenti opinioni e suggerimenti, documenti che sono riportati oltre nel presente resoconto.

Qui di seguito si riportano le opinioni e i suggerimenti offerti dalle diverse Parti sociali durante le consultazioni.

#	Data	Ora	Istituzione	Persona rappresentante	Canale	Membri del GdL presenti
9.1	5 febbraio 2020	15:30-16:00	QUORUM-YOUTREND	Dott. L. Pregliasco	Telefono	Prof. Rampa

Il **dott. Pregliasco**, che ha avuto anche esperienze internazionali di docenza in Executive School di Politica internazionale, osserva che i profili attualmente utili nel mondo della comunicazione sono certo assai fluidi, quindi è apprezzabile il carattere pluridisciplinare del corso di laurea.

A suo avviso, pur non trattandosi di un corso di laurea in comunicazione politica (a differenza di certi corsi di laurea magistrale italiani più specialistici), dovrebbe entrare a far parte dell'offerta formativa anche qualche elemento di geopolitica internazionale, in quanto contribuirebbe molto ad arricchire le conoscenze generali degli studenti, specie se arricchito di case *studies/histories*.

Si suggerisce di incrementare i contatti con il mondo professionale, e in parallelo di prevedere una maggiore incidenza in termini di CFU dei laboratori, compatibilmente con i vincoli normativi.

Il dott. Pregliasco elenca, sul lato degli strumenti che gli studenti dovrebbero acquisire, i seguenti:

- strumenti audiovisivi (produzione e montaggio);
- gestione avanzata social media (inserzioni su Fb);
- visualizzazione dati;
- ads e digital marketing, campagne online;
- web design (inserire nell'informatica di base);
- laboratorio di ricerche di mercato.

* * *



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

#	Data	Ora	Istituzione	Persona rappresentante	Canale	Membri del GdL presenti
9.2	5 febbraio 2020	18:30-19:00	AICA	Prof. G. Adorni	Telefono	Prof. Rampa

Il **Prof. Adorni**, fra l'altro ordinario di Sistemi per l'elaborazione delle informazioni presso l'Università di Genova, riconosce l'importanza della multidisciplinarietà, che caratterizza il corso di laurea. In particolare, tra le altre cose pare interessante il contributo delle discipline umanistiche (comunicazione verbale, oratoria, scrittura); occorre tuttavia posizionarsi rispetto a possibili competitor, per esempio Torino (che peraltro è più concentrata sul cinema).

Sul lato della formazione tecnologica e informatica, si suggeriscono possibili sinergie con i corsi di laurea presenti a Genova e Savona.

Il problema della scarsa mobilità internazionale e internazionalizzazione degli studenti non appare al prof. Adorni troppo serio, essendo una caratteristica piuttosto diffusa nei corsi di Comunicazione. Pur essendo opportuno incentivare maggiormente la mobilità, non pare questa la direzione in cui impegnare i maggiori sforzi.

Il prof. Adorni propone di aggiornare la consultazione a dopo l'estate, quando sarà pronto il documento illustrativo del nuovo ordinamento di CIM.

* * *



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

#	Data	Ora	Istituzioni	Persone rappresentanti	Canale	Membri del GdL presenti
9.3	11 febbraio 2020	10:30-13:00	RAI	Dott. M. Foa	Skype	Prof. Legnante; prof. Porta; prof. Rampa
			FACILITYLIVE	Dott. G. Lotito; dott. Carlo Fossati	Presenza	
			OSSERVATORIO DI PAVIA	Dott. A. Caretta	Presenza	

Il **dott. Marcello Foa** esprime le seguenti considerazioni in relazione alla comunicazione giornalistica:

- In genere, e anche alla RAI, si riscontrano importanti lacune nella formazione di giornalisti e comunicatori circa l'uso dei social network;
- Per rendere appetibile il corso di laurea CIM, occorre chiedersi: cosa può indurre uno studente a scegliere CIM a Pavia?
- Al momento manca qualcosa nella formazione dei comunicatori a livello giornalistico: occorre trasformare l'uso dei social in una materia di insegnamento. Infatti, oggi la televisione parla ancora in modo indistinto alla massa, mentre i giornali tradizionali probabilmente non hanno un grande futuro. La differenza la faranno i social media: occorre insegnarne un uso corretto, etico ed efficace;
- Occorrerebbe dunque un insegnamento ad hoc sul giornalismo e/o la comunicazione basata su social media; prevedendo delle declinazioni per la comunicazione politica, la comunicazione istituzionale e la comunicazione aziendale;
- Quali social privilegiare? Facebook (benché in fase calante), Twitter (trasversale), Instagram (trasversale in ascesa), TikTok (che sperimenta una crescita enorme: considerarlo magari in modo sperimentale);
- E' auspicabile un continuo adattamento per seguire l'evoluzione dei media e dei social media;
- Lo studente in Comunicazione deve essere in grado di parlare e scrivere in modo corretto ed efficace e non solo eccellendo o in quella scritta o in quella orale come purtroppo capita;
- Andrebbe forse aggiunto un corso di psicologia sociale e cognitiva; in alternativa, questi temi andrebbero almeno trattati all'interno di altri insegnamenti;
- In qualche laboratorio di comunicazione andrebbe trattato lo strumento "gestione delle immagini", p. es. saper realizzare un video, montarlo, ecc. Ma il laureato di Comunicazione deve anche saper "valutare" le immagini: il primo passaggio per una comunicazione buona ed efficace è aver compreso appieno i contenuti dei messaggi da comunicare;
- Tra le capacità specifiche che è opportuno sviluppare va inclusa la capacità di affrontare e gestire lo spin e il "crisis management" (es. comunicazione difensiva per neutralizzare campagne negative che sono sempre più frequenti in diversi ambiti).



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

Il **dott. Andrea Caretta** offre le seguenti opinioni, relative in particolare alla comunicazione politica:

- Occorre saper analizzare l'immagine che di un politico viene restituita dai vari media: infatti, ormai nella comunicazione politica si condividono soprattutto "immagini" più che fatti;
- Occorrerebbe dunque un insegnamento che prepari alla lettura delle immagini;
- Dal punto di vista delle competenze del laureato, occorre saper scrivere in modo conciso; e saper portare argomentazioni in una discussione;
- Servirebbero inoltre competenze sull'analisi dei dati: competenze statistiche e utilizzo dei software collegati;
- I media cambiano: anche la televisione deve saper costruire contenuto da condividere, e non solo riportare materiali da altre fonti; il giornalista, e più in generale il comunicatore, deve dunque saper rendere la notizia "condivisibile", adattandola per i vari media; fra l'altro, si deve rammentare che i podcast sono sempre più rilevanti (la fruizione dei contenuti in modo differito diventa sempre più rilevante);
- Come osservazione particolare, non andrebbe trascurato il social network "Medium", che usa la filosofia del "Blogblog" (ancora poco diffuso in Italia)
- All'interno del corso di laurea sarebbero utili insegnamenti singoli su singole competenze: es. l'analisi del linguaggio andrebbe insegnata anche attraverso i software che analizzano la metrica, ecc.;
- Il corso di laurea CIM è costruito bene, ma l'inserimento di competenze più specifiche lo migliorerebbero.

Il **dott. Gianpiero Lotito** osserva quanto segue circa le competenze che un laureato in Comunicazione dovrebbe acquisire:

- Occorre che il comunicatore sappia comunicare con modalità diverse: di fronte a una telecamera, parlare in un meeting, gestire i rapporti con i colleghi, ecc. Occorre inoltre saper aiutare gli altri a comunicare. Bisognerebbe insegnare anche "quando non comunicare" (a volte si ottengono risultati migliori se si sceglie il momento giusto o se addirittura non si interviene);
- Il laureato di CIM dovrebbe essere in grado di realizzare un video e metterlo immediatamente in rete; non va trascurata infatti, tra le metodologie da apprendere, la comunicazione visiva (aspetto grafici e scenografici);
- L'esperienza personale acquisita in questi decenni, anche in quanto uno dei primi blogger italiani, ha mostrato che non ci si deve mai legare al mezzo tecnologico. Il corso di laurea deve certo fornire i cosiddetti "fondamentali" (saper parlare, saper scrivere, ecc.), ma deve inoltre contestualizzarli in base al medium specifico: televisione, YouTube, sincrono, asincrono, ecc.;



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

- Va sempre considerata la “user experience” (far capire come reagisce chi usa uno strumento comunicativo piuttosto che un altro), lavorando sulla percezione a seconda del mezzo.

Il **dott. Carlo Fossati (FacilityLive)** chiede se si pensa di organizzare competizioni o bootcamp (es. Riso Scotti che deve promuovere un nuovo prodotto). Se sì, suggerisce che ciò potrebbe essere organizzato anche attraverso task da casa, utilizzando la piattaforma Kiro.

* * *

#	Data	Ora	Istituzioni	Persone rappresentanti	Canale	Membri del GdL presenti
9.4	19 febbraio 2020	12:00-13:30	EPISTEME	Dott.ssa M. Fabris	Presenza	Prof.ssa Jezek; prof. Rampa
			GEDI GROUP	Dott.ssa G. Bruschi	Skype	

In relazione all’ambito specifico del giornalismo, la **dott.ssa G. Bruschi** sottolinea l’opportunità di fornire competenze relative alle metriche utilizzate nel digitale (accesso ai siti e ai video, monitoraggi, *qualitative analytics*, numero di visitatori, tempo medio di lettura, ecc.) e di sviluppare la capacità di declinare gli stessi contenuti in più formati (video, instagram, ecc.); fornire cioè strumenti per adattare contenuti ai diversi social, che costituiscono spesso lo strumento fondamentale di lavoro, ad esempio in figure come il *social media manager*. Ricorda che il *data journalism* è orientato all’utilizzo di fogli di calcolo Excel, e che un ruolo importante in questa professione è svolto dalla capacità di analizzare e visualizzare i dati.

La Dott.ssa M. Fabris pone l’attenzione sui concetti di brand e di marketing, ricordando come sia importante che gli studenti sappiano che la nozione di marketing ha subito una forte evoluzione nel tempo, una rivoluzione (critica del marketing delle quattro P, apertura verso l’etica - anche applicata ai contesti aziendali, per esempio far passare all’esterno l’immagine dell’azienda etica - verso temi di genere, religiosi, ecc.). Rileva inoltre che vi sono da un lato nuove professioni e dall’altro nuove competenze per vecchie professioni (anche un medico deve saper fare bene delle presentazioni; molti mestieri non avevano la comunicazione come elemento nel passato, mentre oggi non è più così). Spesso in una professione è indispensabile un mix di competenze. Ricorda come sia importante integrare le macro-discipline: politica, linguaggio, etica. Ritene infine che potrebbe essere interessante introdurre un laboratorio di antropologia della comunicazione.

* * *



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

#	Data	Ora	Istituzioni	Persone rappresentanti	Canale	Destinatario
9.5	19/02/20	18:00	ASSOLOMBARDA SEDE DI PAVIA	Dott. A. Scarabelli	Mail	Prof. Rampa

Il **dott. Scarabelli** ha fatto pervenire il seguente documento:



Il Direttore Generale

Milano, 19 febbraio 2020

Egregio Presidente Rampa,

la ringrazio, unitamente ai suoi colleghi del gruppo di lavoro, per la cortese lettera e per aver pensato che, un'Associazione come la nostra Assolombarda, possa darvi un valido contributo nella revisione del Corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità (CIM).

A seguito di un approfondito ragionamento interno, frutto della collaborazione dei colleghi che giornalmente trattano queste tematiche, di seguito indichiamo alcuni suggerimenti, che per la nostra esperienza riteniamo possano essere utili:

- o Fornire strumenti di analisi e gestione della **Comunicazione nell'era della Sostenibilità** (ambientale, economica e sociale) nell'ottica di approfondire e contrastare le strategie di comunicazione whitewashing (greenwashing, pinkwashing etc.);
- o Approfondire il tema del **Business heritage**, della **Cultura d'Impresa** quale leva strategica per la comunicazione del business;
- o Fornire strumenti di analisi e gestione degli aspetti e delle criticità della Democrazia nell'era digitale (**E-Democracy**) con particolare riferimento al contesto politico;
- o Fornire strumenti di analisi, gestione e definizione della strategia di **Advocacy** sia riguardo la Comunicazione aziendale sia riguardo gli affari istituzionali.

Riteniamo che questi spunti possano risultare validi all'interno del nuovo piano di studi, per sviluppare temi attuali e propedeutici all'inserimento degli studenti nel mercato del lavoro.

Scusandomi per il ritardo nella risposta e restando a disposizione per eventuali necessità, l'occasione mi è gradita per porgere cordiali saluti.

Alessandro Scarabelli

Egregio Sig.
Prof. Giorgio Rampa
Presidente del Consiglio didattico
Università degli Studi di Pavia
Dipartimento di Scienze Economiche e aziendali
Via San Felice 5
27100 Pavia

20122 Milano, Via Pantano 9
Telefono: 02 58370315
Fax: 02 58304923
dg@assolombarda.it
Codice Fiscale 80040750152

Presidio Territoriale di Monza e Brianza:
20900 Monza, Viale Petrarca 10
Telefono: 039 36381
Fax: 039 3638208
presidiomonza@assolombarda.it

Presidio Territoriale di Lodi:
26900 Lodi, Via Haussmann 11/1
Telefono: 0371 45761
Fax: 0371 431875
presidilodi@assolombarda.it

www.assolombarda.it
www.geniceimpresa.it



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

* * *

#	Data	Ora	Istituzioni	Persone rappresentanti	Canale	Membri del GdL presenti
9.6	25 febbraio 2020	11:00-12:00	MIRO COMUNICAZIONE	Dott.ssa R. Rosciano	Telefono	Prof. Rampa

La **dott.ssa Rosciano** ha espresso le seguenti opinioni:

- È importante per gli studenti, e occorre essere chiari e precisi al proposito, che essi comprendano presto la differenza fra “marketing” e “comunicazione”: oggi esiste una certa confusione fra i due concetti;
- Occorre focalizzare meglio gli sbocchi professionali. Per inciso, cosa significa “tecnico della pubblicità”? Si intende operatore di centro media o realizzatore? Probabilmente conviene, poi, eliminare dall’insieme degli sbocchi “l’organizzazione di eventi”, a meno che non si introduca qualche attività didattica specifica al proposito;
- Sarebbe opportuno inserire qualche attività didattica di tipo più tecnico sul versante delle relazioni pubbliche: si imparerà certo sul campo, ma accorrono alcune basi fondamentali;
- Oggigiorno si registra, tra gli studenti di quasi tutti i corsi di laurea una mancanza di cultura generale. Questa carenza è piuttosto grave, perché solide basi sono utili per la comunicazione pubblica. Ovviamente, dotarsi di una più solida cultura generale non può essere fatto interamente in un corso universitario; tuttavia, imparare a farsi domande ed essere curiosi, che è la preconditione di un efficace apprendimento, è un atteggiamento che potrebbe essere sollecitato dai docenti, specie nel primo anno di corso;
- Sempre dal punto di vista della preparazione generale, e data la propria esperienza professionale, la dott. Rosciano ritiene che gli studenti debbano da preso essere consapevoli di quanto segue: (a) occorre saper leggere per poter scrivere, tenendo a mente che ogni media ha un linguaggio differente; (b) è importante imparare a non essere troppo “sicuri di sé”, cioè a essere aperti ai suggerimenti.

* * *



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

#	Data	Ora	Istituzioni	Persone rappresentanti	Canale	Membri del GdL presenti
9.7	26 febbraio 2020	11:00-11:30	PR HUB	Dott. A. Cornelli	Telefono	Prof. Rampa

Il **dott. Cornelli** ha offerto le seguenti osservazioni:

- Occorre impartire, già inizialmente, alcuni insegnamenti in inglese: la conoscenza della lingua inglese è una competenza troppo importante per poter comunicare, tra l'altro, il made in Italy;
- C'è oggi una corsa, tra i corsi in comunicazione, al posizionamento "centrale" nel mondo della comunicazione: si vogliono privilegiare pubbliche relazioni? Oppure il marketing? O ancora i centri media? Occorre instradare gli studenti nelle precise direzioni, anche se non sono "pienamente formate" in esse: è sufficiente che sappiano che esistono tali differenze. In altri termini, occorre imparare a mandare il curriculum giusto al posto giusto...;
- Sarebbe opportuno formare competenze nei rapporti tra e con le istituzioni ("governare la complessità"), e nella comunicazione interna (corporate). Occorre inoltre tener ben presente l'importanza sempre crescente della figura del "Brand Ambassador" all'interno di imprese e istituzioni;
- Attenzione all'eventistica: se il corso di laurea intende instradare gli studenti anche in questa direzione, occorre che i laureati siano consapevoli dell'importanza di ben interagire con gli organizzatori per poter comunicare in modo efficace.

* * *



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

#	Data	Ora	Istituzioni	Persone rappresentanti	Canale	Destinatario
9.8	2 marzo 2020	18:00	ASSOCOMPOL	Dott. G. Mazzoleni	Mail	Prof. Rampa

Il **dott. Mazzoleni** ha fatto pervenire il seguente documento:



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI COMUNICAZIONE POLITICA

PARERE

Il Piano degli Studi del Corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità (CIM) dell'Università di Pavia riflette il carattere multidisciplinare che lo ispira, e manifesta una distribuzione equilibrata delle competenze che gli insegnamenti vogliono trasmettere.

Venendo ad un esame degli insegnamenti per ciascun anno, nel I anno suggeriremmo di inserire, anche come alternativo a Digital Media, l'insegnamento di Sociologia della Comunicazione (SPS/08), particolarmente indicato per offrire, specialmente a studenti all'inizio degli studi triennali, un quadro complessivo e introduttivo a tutti i profili di Scienze della Comunicazione. Ciò offrirebbe agli studenti, che poi seguissero interessi scientifico-professionali più caratterizzati dalle scienze sociali e politiche, di acquisire le conoscenze necessarie.

Nel II anno, a fronte di una preparazione di base più solida, vedremmo come opportuna una valorizzazione maggiore delle competenze nei campi dell'opinione pubblica e dell'analisi dei media, separando la trasmissione di conoscenze in due insegnamenti anziché in uno solo (sia pure con più crediti). I due campi, pur essendo collegati, hanno infatti profili e sbocchi professionali distinti: il primo apre accessi alle aree dei sondaggi e delle ricerche di mercato, il secondo al giornalismo (anche online), alla consulenza politica e alle relazioni pubbliche. Questo secondo, in particolare, fa leva su una risorsa unica come l'Osservatorio di Pavia.

In conclusione, con queste piccole modifiche, il CdL ha tutte le carte per affermarsi come un riferimento importante e anche distintivo nella già ricca offerta delle altre università lombarde nella Classe L-20.

Gianpietro Mazzoleni,
Presidente

Milano 2 Marzo 2020



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

9.9 Ulteriori feedback dalle Parti interessate – ottobre 2020

Nei mesi di settembre e ottobre 2020 il Presidente del Consiglio Didattico ha inviato alle Parti interessate consultate a gennaio e febbraio 2020 una bozza del presente documento assieme a una bozza molto preliminare del nuovo ordinamento didattico (RAD), onde ottenerne eventuali commenti e suggerimenti. Alcune Parti interessate hanno fatto pervenire le proprie opinioni. Si segnala in particolare quanto segue:

- In data 21/17/2020 il dott. M. Foa (RAI), apprezzando i documenti, ha suggerito via mail di porre maggiore attenzione per specificare con più dettaglio i possibili sbocchi professionali per cui il corso di laurea prepara.
- In data 22/10/2020 il dott. Scarabelli (ASSOLOMBARDA SEDE DI PAVIA) ha manifestato via mail interesse per il lavoro svolto e per la possibilità di continuare in futuro la collaborazione fra Assolombarda e il corso di laurea.



10. INDICATORI ISTAT SULLA RECENTE CRESCITA DEI NUMERI DELLE IMPRESE (“STUDI DI SETTORE”)

A inizio 2020, il Gruppo di Lavoro ha raccolto alcuni dati che possano dare indicazioni nel senso dei c.d. “studi di settore”, cioè dell’evoluzione dei settori economici nei tempi recenti. È parso al Gruppo che l’indicatore più ragionevole sia l’evoluzione del numero di imprese (ditte individuali e società di persone) successivamente alla crisi finanziaria del 2008-2012.

La fonte dei dati è stata <https://www.istat.it/it/imprese?dati>, e i dati più recenti si riferiscono all’anno 2018.

La Tabella riportata nella pagina successiva contiene alcuni dati che il Gruppo di Lavoro ha ritenuto più interessanti. Sono stati selezionati i dati dei settori più prossimi al mondo della Comunicazione in senso lato.

Il dato aggregato più appariscente è l’andamento opposto delle imprese industriali e di quelle dei servizi (a fronte di una sostanziale stabilità dell’intero comparto non agricolo: +0,3%): mentre il numero delle imprese industriali diminuisce dell’8,7% quello delle imprese dei servizi aumenta del 2,9%. Inoltre, mentre la dinamica dell’industria è trainata dalle società di persone, quella dei servizi dipende principalmente, sia nell’aggregato sia in singoli settori, dal numero delle ditte individuali. Ciò suggerisce di rendere consapevoli gli studenti, durante il loro percorso di studi, dell’importanza del divenire “imprenditori di sé stessi”, senza attendersi necessariamente carriere stabili alle dipendenze di imprese o studi.

In generale, si osserva una dinamica più moderata, per quanto perlopiù positiva, dei settori più tradizionali: Editoria cartacea, Produzione cine/TV/suono, Programmazione e trasmissione, Telecomunicazioni, Pubblicità e ricerche di mercato, Selezione personale, Organizzazione convegni e fiere, Informazione pubblicitaria, Biblioteche e musei, Attività sportive e del divertimento.

Appare invece molto spinta la crescita dei settori maggiormente connessi con le nuove tecnologie e le nuove competenze: Produzione ed edizione di software, Consulenza e altri servizi informatici, Comunicazione nelle pubbliche relazioni, Servizi connessi con la proprietà intellettuale, Agenzie di viaggio, Servizi per gli edifici e il paesaggio, Attività creative e artistiche.

Questo variegato panorama suggerisce di rinsaldare la natura multidisciplinare del corso di laurea, non solo nei suoi aspetti ingegneristico/tecnologici, ma anche in quelli umanistici, politologici, delle relazioni pubbliche.

(Rapporto a cura del Presidente del Consiglio didattico)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Andamento del numero di imprese di alcuni settori economici, Italia 2013-2018

TIPO DI IMPRESE	ANNO 2013 - NUMERI			ANNO 2018 – NUMERI			VARIAZIONI % 2013-2018		
	Ditte individuali	Società	Totale	Ditte individuali	Società	Totale	Ditte individuali	Società	Totale
SETTORI ECONOMICI									
Totale, esclusa Agricoltura	2743752	1646761	4390513	2766813	1637688	4404501	0,8%	-0,6%	0,3%
Industria e Costruzioni	524004	454812	978816	458965	434782	893747	-12,4%	-4,4%	-8,7%
Servizi privati	2219748	1191949	3411697	2307848	1202906	3510754	4,0%	0,9%	2,9%
Edizioni cartacee	1269	3944	5213	1194	3575	4769	-5,9%	-9,4%	-8,5%
Edizione di software	52	110	162	52	203	255	0,0%	84,5%	57,4%
Produzione cine/video/TV/musica/suono	2877	4162	7039	3426	4271	7697	19,1%	2,6%	9,3%
Programmazione e trasmissione	185	1276	1461	239	1266	1505	29,2%	-0,8%	3,0%
Telecomunicazioni	2190	2189	4379	1984	2613	4597	-9,4%	19,4%	5,0%
Produzione software e consulenza informatica	24083	20368	44451	26304	24612	50916	9,2%	20,8%	14,5%
Servizi di informazione e altri servizi informatici	9443	23841	33284	11839	25597	37436	25,4%	7,4%	12,5%
Elaborazione dati, hosting, portali web	8297	22724	31021	9504	23567	33071	14,5%	3,7%	6,6%
Pubbliche relazioni e comunicazione	3979	1913	5892	4820	1721	6541	21,1%	-10,0%	11,0%
Pubblicità e ricerche di mercato	9766	9571	19337	11614	9556	21170	18,9%	-0,2%	9,5%
Concessione diritti di proprietà intellettuale	21	239	260	61	722	783	190,5%	202,1%	201,2%
Ricerca, selezione e fornitura di personale	373	735	1108	365	751	1116	-2,1%	2,2%	0,7%
Agenzie di viaggio e tour operator	6991	8389	15380	9444	8127	17571	35,1%	-3,1%	14,2%
Servizi per gli edifici e il paesaggio	29690	16332	46022	34913	17600	52513	17,6%	7,8%	14,1%
Organizzazione di convegni e fiere	1248	2604	3852	1416	2709	4125	13,5%	4,0%	7,1%
Agenzie di informazione commerciale	680	570	1250	326	304	630	-52,1%	-46,7%	-49,6%
Attività creative, artistiche, di intrattenimento	22273	3419	25692	27521	3598	31119	23,6%	5,2%	21,1%
Biblioteche, archivi, musei	322	633	955	379	610	989	17,7%	-3,6%	3,6%
Attività sportive, intrattenimento, divertimento	11839	16830	28669	12602	18441	31043	6,4%	9,6%	8,3%



11. ANALISI DEI DATI SUGLI SBOCCHI OCCUPAZIONALI DEI LAUREATI

*(Il presente paragrafo è stato curato dal prof. Michele Rostan,
Presidente della CPDS del Dipartimento di Scienze politiche e sociali)*

11.1. Introduzione

Il Consorzio interuniversitario AlmaLaurea, cui aderiscono 76 atenei, realizza ogni anno un'indagine sulla condizione occupazionale dei laureati dei corsi di studio di tutti i livelli e di tutte le classi intervistandoli a uno, tre e cinque anni dal conseguimento del titolo. Ogni anno, AlmaLaurea mette a disposizione – sotto forma di schede-dati pubblicate sul suo sito (<https://www.almalaurea.it>) – la documentazione sui laureati di primo livello intervistati a un anno dal conseguimento del titolo¹. I dati resi disponibili permettono di analizzare la condizione occupazionale dei laureati dei corsi di primo livello in scienze della comunicazione dell'Università di Pavia (il corso di laurea in “Comunicazione, Innovazione, Multimedialità”) e di altre sette Università che hanno sede nelle regioni del Nord-Ovest. Tra queste non è inclusa l'Università Cattolica che non aderisce al Consorzio; pertanto i suoi corsi di scienze della comunicazione non sono presi in considerazione in quest'analisi che si riferisce alle indagini condotte nel 2017, 2018 e 2019 sui laureati del 2016, 2017 e 2018.

11.2. Produzione di laureati e situazione di mercato

Negli ultimi anni, il numero dei laureati dei corsi di studio della classe L-20 “Scienze della comunicazione” (Tab. 1) è cresciuto a livello nazionale (+7,6%) ma, soprattutto, nel Nord-Ovest (+25,6%) che da solo fornisce quasi il 40% del totale dei laureati (38,6%). Il singolo maggiore “produttore” di laureati in scienze della comunicazione è un'università specialistica privata, lo IULM, seguita da alcune grandi università pubbliche che hanno sede nella ripartizione geografica, Torino, Milano Statale e Milano Bicocca. L'Università di Pavia guida il gruppo delle altre università lombarde (con Bergamo e Insubria) mentre l'apporto dell'Università di Genova è più contenuto.

Tra le università considerate, i laureati dello IULM sono quelli più giovani (età alla laurea: 23,5 anni) e quelli che ottengono il titolo di studio più rapidamente (durata degli studi: 3,5 anni). L'età alla laurea e la durata degli studi dei laureati del corso di “Comunicazione, Innovazione, Multimedialità” dell'Università di Pavia sono in linea con quelli medi dell'area (età alla laurea: 24,5 anni; durata degli studi: 3,7 anni).

¹ L'indagine a tre e cinque anni sui laureati di primo livello riguarda solo i laureati che non hanno proseguito la propria formazione iscrivendosi a un corso di laurea; i dati di questa indagine non sono resi disponibili sul sito.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

11.3. L'offerta di laureati

Per valutare l'offerta di laureati sul mercato del lavoro è, innanzitutto, necessario considerare la loro propensione a proseguire gli studi dopo la laurea, in particolare nei corsi di laurea di secondo livello (Tab. 2). Nel periodo considerato, la % di laureati che a un anno dal conseguimento del titolo sono iscritti a un corso di laurea di secondo livello è aumentata sia a livello nazionale (+ 4,4 punti %) sia nel Nord-Ovest (+ 5,2 punti %). Il comportamento dei laureati provenienti dalle università considerate mostra sensibili differenze. I laureati dello IULM sono i meno propensi a continuare gli studi iscrivendosi a un corso di laurea di secondo livello (26,6%) a testimonianza dell'orientamento dell'Ateneo volto a favorire un ingresso precoce dei suoi laureati di primo livello nel mondo del lavoro. Viceversa, nelle Università dell'Insubria, di Torino e di Milano Bicocca la % di chi prosegue è quasi doppia, intorno al 50%, e crescente nel tempo. Una situazione simile si ritrova anche alla Statale di Milano. Le scelte dei laureati di CIM collocano l'Università di Pavia a metà strada tra questi estremi. La % di laureati che si iscrivono a un corso di laurea di secondo livello è leggermente cresciuta nel tempo ma resta inferiore alla media dell'area (33,6% contro il 40%).

I laureati che combinano la partecipazione ai corsi di secondo livello e il lavoro (Tab. 3) sono pochi – e stabili – sia a livello nazionale (10,2%) sia nel Nord-Ovest (11,6%). Tra gli atenei della nostra ripartizione si osservano notevoli differenze. A un estremo, troviamo l'Università dell'Insubria che ha visto crescere sensibilmente la % di studenti iscritti a corsi di secondo livello che contemporaneamente lavorano (sono il 20% nel 2019); all'altro, troviamo lo IULM e l'Università di Pavia che fanno registrare le % più basse di laureati in questa condizione.

Tenuto conto di questo, i dati forniti da AlmaLaurea consentono di quantificare l'offerta sul mercato del lavoro di laureati di primo livello dei corsi di scienze della comunicazione (Tab. 4). Il livello dell'offerta è simile a livello nazionale e nel Nord-Ovest e diminuisce sensibilmente nel triennio considerato. L'offerta – e, dunque, la propensione dei laureati a lavorare e cercare lavoro – è maggiore della media in alcuni atenei, come Genova e Bergamo, intorno alla media in altri, come Milano Statale, IULM e Insubria, e inferiore alla media in altri ancora, come Milano Bicocca, Pavia e Torino.

11.4. Gli occupati

Il tasso di occupazione dei laureati (Tab. 4) – calcolato seguendo la definizione utilizzata da ISTAT nelle indagini sulle forze di lavoro² – è maggiore nel Nord-Ovest rispetto alla media nazionale ma decrescente nel triennio sia a livello nazionale (-4,5 punti %) sia nella nostra ripartizione (-3 punti %). Il livello e l'andamento del tasso di occupazione dei laureati delle università considerate mostrano notevoli differenze e il tasso di occupazione dei laureati in scienze della comunicazione dell'Ateneo pavese (51,1% nel 2019) si colloca tra la media nazionale (49,0%) e quella del Nord-Ovest (55,4%).

² ISTAT considera “occupati” tutti coloro che dichiarano di svolgere un'attività, anche di formazione, purché retribuita; vedi: AlmaLaurea, XXII Indagine Condizione occupazionale dei Laureati, Rapporto 2020, Note metodologiche alle schede-dati online, pp. 17-18; www.almalaurea.it/universita/indagini/laureati/occupazione



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

Secondo una definizione più restrittiva, sono considerati “occupati” i laureati che dichiarano di svolgere un’attività lavorativa retribuita, purché non si tratti di un’attività post-laurea (p. es. tirocinio, praticantato, dottorato, specializzazione). Secondo questa definizione, il tasso di occupazione si abbassa sia a livello nazionale (42%) sia nel Nord-Ovest (45,7%). In questo caso la quota di occupati pavese (39,7% nel 2019) è inferiore sia alla media di area sia a quella nazionale.

Queste informazioni sull’occupazione dei laureati (livello, andamento nel tempo, differenze tra atenei) vanno interpretate con cautela per tre motivi. Le differenze tra i laureati delle università considerate possono dipendere sia dalle caratteristiche del sistema produttivo e dalla congiuntura economica del contesto territoriale di riferimento, sia dalla diversa incidenza del gruppo di laureati che svolgono un’attività formativa post-laurea retribuita (che, quindi, sono considerati occupati secondo la definizione meno restrittiva ma non lo sono secondo l’altra), sia, infine, dalla numerosità degli aggregati considerati che talora è molto contenuta. Rispetto ai loro colleghi pavese, p. es., i laureati bergamaschi sembrano godere di prospettive occupazionali notevolmente migliori ancorché in peggioramento nel triennio considerato. Nel caso pavese, la differenza tra i tassi di occupazione calcolati seguendo le due diverse definizioni è cospicua a testimonianza di una consistente presenza tra i laureati di CIM di persone che a un anno dalla laurea sono impegnate in attività formative retribuite. Infine, è necessario considerare le differenze in termini assoluti sia del numero di laureati intervistati sia del numero di laureati occupati in ciascun ateneo. Infatti, il numero degli intervistati da AlmaLaurea nel 2019 varia da un massimo di 447 allo IULM a un minimo di 57 all’Università di Genova, con 131 intervistati all’Università di Pavia. Inoltre, il numero di laureati occupati è di 197 allo IULM, 30 all’Università di Genova e 52 all’Università di Pavia. Ciò significa che un ipotetico occupato in più incrementerebbe il tasso di occupazione (definizione restrittiva) in misura differente nei tre Atenei: dal 44,1% al 44,3% allo IULM (+0,2 punti %), dal 39,7% al 40,5% a Pavia (+0,8 punti %) e dal 52,6% al 54,4% a Genova (+1,8 punti %).

11.5. Ingresso nel mercato del lavoro e caratteristiche della domanda

Tenendo conto delle necessarie cautele nell’interpretare i dati e utilizzando la definizione restrittiva di occupazione, le indagini di AlmaLaurea sulla condizione occupazionale dei laureati forniscono alcune informazioni utili sull’ingresso dei laureati nel mercato del lavoro e sulle caratteristiche della domanda di lavoro laureato nel campo delle scienze della comunicazione.

Per valutare correttamente l’informazione veicolata dal tasso di occupazione occorre, in primo luogo, tenere conto che il collettivo degli occupati è formato da tre categorie differenti di laureati: coloro che prima della laurea già lavoravano e a un anno dal conseguimento del titolo proseguono quel lavoro, coloro che lavorano già prima della laurea ma non proseguono tale lavoro perché lo hanno cambiato e coloro che hanno iniziato a lavorare dopo la laurea (Tab. 5).

La somma degli occupati delle prime due categorie può fornire un’indicazione vuoi della capacità dei laureati di un corso di studi di trovare un’occupazione prima di laurearsi, combinando studio e lavoro per un periodo più o meno lungo, vuoi della capacità del corso di laurea di attrarre persone già impegnate in un’attività lavorativa. Il numero di occupati che hanno iniziato a lavorare dopo la laurea, invece, fornisce



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

un'indicazione circa l'intensità della domanda di laureati senza esperienze lavorative precedenti rivolta a un corso di studi e sulla sua capacità di offrire un primo sbocco occupazionale ai suoi laureati.

I dati raccolti da AlmaLaurea mostrano che sia a livello nazionale sia nel Nord-Ovest i laureati in scienze della comunicazione comprendono principalmente persone che lavoravano già prima della laurea. Essi, tuttavia, mostrano pure che la % di coloro che hanno iniziato a lavorare dopo la laurea è cresciuta nel triennio considerato sia a livello nazionale (+5 punti %) sia nella nostra ripartizione (+6,8 punti %). È, dunque, possibile che i corsi triennali di scienze della comunicazione, inizialmente orientati a fornire una maggiore qualificazione a chi era già occupato, si stiano trasformando in corsi di studio orientati alla formazione di nuovi lavoratori o lavoratrici (o tentino di contemperare questi due obiettivi). Questa trasformazione sembra maggiormente accentuata nel corso di CIM dell'Università di Pavia che in altri corsi offerti dalle altre Università del Nord-Ovest. Se già dall'indagine del 2017 risultava che poco meno della metà dei laureati CIM aveva iniziato a lavorare dopo la laurea (una % maggiore di quella nazionale e di quella del Nord-Ovest), nell'indagine del 2019 questa % sfiorava il 60% (una % ben superiore sia a quella nazionale sia a quella della ripartizione). I dati disponibili mostrano che la composizione dei laureati di CIM occupati a un anno dalla laurea tende ad assomigliare a quella dei laureati dello IULM, dove poco più della metà dei laureati ha iniziato a lavorare dopo la laurea, ed è molto differente da quella di un altro ateneo lombardo, quello dell'Insubria, dove la % di chi ha iniziato a lavorare dopo la laurea è diminuita e nel 2019 il 70% dei laureati occupati aveva iniziato a lavorare prima della laurea.

Sebbene il 40% circa dei laureati CIM occupati a un anno dal conseguimento del titolo abbiano iniziato a lavorare prima della laurea, nel 2019 la capacità del corso di studi di offrire un primo sbocco occupazionale ai propri laureati appare aumentata e/o nel mercato del lavoro la domanda di laureati CIM senza esperienza lavorativa si è intensificata.

Un'importante caratteristica della domanda di lavoro laureato che consente di valutare meglio la condizione occupazionale dei laureati in scienze della comunicazione a un anno dal conseguimento del titolo riguarda l'intensità dell'impegno lavorativo richiesto, espresso in numero di ore settimanali di lavoro (Tab. 6). La media a livello nazionale e quella del Nord-Ovest sono molto simili e in leggera crescita nel triennio. Si tratta, tuttavia, di un impegno orario di circa 32 ore settimanali, abbastanza lontano dalla settimana lavorativa di 40 ore. L'impegno massimo è richiesto ai laureati dello IULM (34,9 ore nel 2019), quello minimo ai laureati di Milano Bicocca (28,5 ore) con i laureati di CIM in posizione intermedia (31,1 ore). Tra le ragioni di questo livello di impegno c'è la diffusione del lavoro part-time (Tab. 6). Il part-time è ugualmente diffuso a livello nazionale e nel Nord-Ovest e la sua incidenza è in diminuzione nel triennio. Di nuovo, la % massima di laureati che lavorano part-time si registra tra quelli dell'Università di Milano Bicocca (52,1% nel 2019), quella minima tra i laureati dello IULM (29,4%) con i laureati pavesi in posizione intermedia (42,3%). Va tuttavia notato che la diffusione del part-time tra i laureati occupati di CIM è notevolmente aumentata nel triennio.

Altre tre caratteristiche rilevanti della domanda di lavoro laureato nel campo delle scienze della comunicazione riguardano il settore e il ramo di attività economica in cui sono impegnati i laureati, e l'area geografica di lavoro. Sia a livello nazionale sia nel Nord-Ovest la domanda di lavoro rivolta ai laureati in scienze della comunicazione proviene principalmente dal settore privato (l'87,5% degli occupati lavora nel settore privato in Italia e l'86% nel Nord-Ovest) ed è in leggera crescita nel triennio



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

(Tab. 7). La condizione dei laureati degli atenei considerati è in linea con la media nazionale e quella di ripartizione con l'eccezione, da un lato, dello IULM, dove la domanda del settore privato è ancor più forte (94,4% nel 2019) e, d'altro, dell'Università di Genova, dove la domanda proveniente dal settore privato è più debole della media (73,3% nel 2019).

Parimente, la domanda di laureati in scienze della comunicazione è nettamente più forte nei servizi che nell'industria e in agricoltura (Tab. 8) sia a livello nazionale sia nel Nord-Ovest (in Italia, nel 2019, l'83,6% dei laureati occupati lavora nei servizi e così fa l'82,6% dei laureati nel Nord-Ovest). I due comparti in cui si concentra l'occupazione dei laureati sono il commercio e i trasporti con pubblicità e comunicazioni. Il confronto tra gli atenei del Nord-Ovest mette in evidenza alcune peculiarità. I laureati dell'Università di Bergamo e, in minor misura, dello IULM, sono maggiormente occupati nell'industria di quelli degli altri atenei (21,5% nel 2019 per Bergamo e 17,8% per IULM). I laureati dell'Università di Pavia, d'altro lato, fanno registrare nel 2019 la % più alta di laureati occupati in agricoltura. Si tratta di un dato anomalo sia nel panorama nazionale sia in quello del Nord-Ovest che, da un lato, attende di essere confermato nel futuro, e dall'altro, invita a una riflessione sull'impiego di laureati in scienze della comunicazione nel settore agricolo.

Infine, i dati sull'area geografica (Tab. 8) in cui lavorano i laureati in scienze della comunicazione consentono di realizzare un interessante confronto. Come si è visto, gli atenei del Nord-Ovest presi in considerazione dalle indagini di AlmaLaurea forniscono il 38,6% dei laureati in scienze della comunicazione a livello nazionale e il 39,3% dei laureati occupati lavora nel Nord-Ovest. Il 90% circa dei laureati occupati che hanno ottenuto la laurea negli atenei del Nord-Ovest lavora in questa ripartizione geografica. Nel complesso, quindi, si può ritenere che le Università del Nord-Ovest producano laureati in scienze della comunicazione soprattutto per il mercato del lavoro "interno" all'area. È interessante notare che questo vale un po' meno per IULM (il 23,4% dei suoi laureati occupati lavora fuori dal Nord-Ovest), così come per l'Università di Pavia (il 15,4% lavora fuori dell'area) e l'Università dell'Insubria (il 14,7% lavora fuori dell'area, ma prevalentemente all'estero, molto probabilmente nella vicina Svizzera).

11.6. Indicatori di incontro tra domanda e offerta

Per terminare questa analisi, prendiamo in esame due misure soggettive della qualità del rapporto tra istruzione universitaria e mondo del lavoro nel campo delle scienze della comunicazione. I dati raccolti da AlmaLaurea, infatti, permettono di valutare l'efficacia della laurea ottenuta nel lavoro svolto e la soddisfazione dei laureati per il loro lavoro.

Combinando le informazioni raccolte sull'utilizzo delle competenze acquisite all'università e quelle sulla necessità (formale e sostanziale) del titolo per svolgere l'attività lavorativa, AlmaLaurea propone un indicatore di efficacia della laurea che riguarda l'utilità e la spendibilità della laurea in scienze della comunicazione nel mercato del lavoro³.

³ Vedi: AlmaLaurea, XXII Indagine Condizione occupazionale dei Laureati, Rapporto 2020, Note metodologiche alle schede-dati online, pp. 19-20; www.almalaurea.it/universita/indagini/laureati/occupazione



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

I laureati in scienze della comunicazione che considerano efficace o molto efficace la loro laurea per svolgere il proprio lavoro (Tab. 9) sono una consistente minoranza sia a livello nazionale sia nel Nord-Ovest (nel 2019, il 28,4% in Italia e il 27,9% nel Nord-Ovest) e tale % cresce leggermente nel triennio considerato. Il 40% circa ritiene la propria laurea abbastanza efficace e il 30% circa la ritiene poco o per nulla efficace. Nel triennio, l'apprezzamento per il proprio titolo di studio è cresciuto tra i laureati di CIM che esprimono un giudizio positivo o molto positivo in misura simile a quella registrata tra i laureati dello IULM (33,3% contro 38,7%) e superiore alla media di area.

Quanto al livello di soddisfazione per il lavoro svolto (Tab. 9), misurato su una scala da 1 a 10, il punteggio registrato a livello nazionale e a livello del Nord-Ovest è pressoché lo stesso (7,3 in Italia e 7,2 nel Nord-Ovest). Nel Nord-Ovest i laureati più soddisfatti sono quelli dello IULM (7,8), seguiti da quelli delle Università di Torino e Bergamo (7,5) e dell'Università di Pavia (7,3).

11.7. Conclusioni

Il corso triennale di scienze della comunicazione dell'Università di Pavia si trova a operare in un segmento molto dinamico e competitivo del sistema universitario italiano caratterizzato dalla presenza di un'istituzione leader con sede a pochi chilometri di distanza dalla città.

Nell'area geografica di riferimento del corso CIM, la domanda di istruzione universitaria di secondo livello è aumentata. A questa domanda sembrano rispondere soprattutto le grandi università pubbliche milanesi e l'Università di Torino.

Si rivela, così, opportuna la scelta di riqualificare il corso di studi di secondo livello in scienze della comunicazione dell'Università di Pavia trasformando nel 2018 il corso di “Comunicazione professionale e multimedialità” nel corso di “Comunicazione digitale”. Il nuovo corso – che ha dimostrato una forte attrattività – offre un “naturale” proseguimento ai laureati del corso di primo livello e una opportunità di reclutamento di nuovi studenti in un segmento del mercato dell'istruzione universitaria, quello delle scienze della comunicazione nel Nord-Ovest, in rapida crescita.

Il corso CIM, d'altro canto, si trova anche a dover prendere in considerazione la presenza e l'attività, nel proprio contesto di riferimento, di università, come IULM e Bergamo, che sembrano privilegiare un accesso più rapido al mercato del lavoro dei loro laureati triennali.

Di qui la necessità di rispondere a una doppia sfida competitiva. Da un lato, formare studenti in grado di proseguire – se lo desiderano – il loro percorso di studi a un livello superiore; dall'altro, formare studenti in grado di inserirsi rapidamente nel mondo del lavoro. In entrambi i casi, esistono margini di miglioramento della posizione di CIM perché la % di suoi laureati che si iscrivono a un corso di laurea di secondo livello e la loro offerta sul mercato del lavoro sono ancora inferiori alle medie dell'area.

Rispetto all'obiettivo di formare laureati capaci di inserirsi nel mondo del lavoro occorre tener conto del cambiamento avvenuto negli ultimi anni nella composizione dei laureati CIM con la diminuzione della quota di laureati che hanno iniziato a lavorare prima della laurea e l'aumento di quella di chi, invece, ha iniziato a lavorare dopo la laurea. Va verificato se questo cambiamento si inserisca o meno in una generale tendenza a trasformare corsi inizialmente orientati a fornire una maggiore qualificazione a chi era già



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

occupato in corsi maggiormente orientati alla formazione di nuovi lavoratori o lavoratrici. Se così fosse, si tratterebbe di decidere se privilegiare una o l'altra finalità, oppure di provare a contemperare i due obiettivi. In ogni caso, occorrerebbe offrire a una parte degli studenti, privi di esperienza lavorativa, alcuni strumenti in termini di conoscenze, competenze ed esperienze di tirocinio formativo che li aiutino nell'inserimento nel mondo del lavoro.

Sia pure con tutte le cautele nell'interpretare i dati che abbiamo ricordato, i risultati delle indagini sull'occupazione dei laureati forniscono molti elementi di riflessione quando si tratti di progettare o riformulare un'offerta formativa capace di rivolgersi efficacemente sia a studenti con qualche esperienza lavorativa sia a studenti che ne sono privi, tutti interessati a partecipare al mondo del lavoro. Non è, peraltro, escluso che tali elementi si rivelino utili anche a monitorare l'offerta formativa di secondo livello.

La diffusione del lavoro part-time tra i laureati di CIM (leggermente superiore alla media di area) e l'impegno orario loro richiesto (leggermente inferiore alla media di area), oltre alla giovane età alla laurea (in linea con la media di area), mostrano che, con tutta probabilità, si tratta di lavoratori e lavoratrici nella fase iniziale della loro carriera⁴. In questa fase, la domanda di lavoro rivolta ai laureati di CIM proviene principalmente dal settore privato, in particolare dal comparto del commercio e, soprattutto, da quello dei trasporti, pubblicità e comunicazioni, delle regioni del Nord-Ovest. La condizione occupazionale dei laureati CIM, inoltre, presenta due tratti peculiari che richiedono un supplemento di indagine: una consistente minoranza di occupati lavora fuori dal Nord-Ovest e una minoranza più piccola lavora nel settore agricolo.

Queste prime evidenze suggeriscono, nel progettare e aggiornare l'offerta formativa del corso, di prestare particolare attenzione alle caratteristiche e agli sviluppi del sistema produttivo lombardo e dell'intero Nord-Ovest, di favorire l'acquisizione da parte degli studenti di conoscenze e competenze flessibili, adattabili a diversi contesti lavorativi e, soprattutto, di competenze e conoscenze che favoriscano il processo di apprendimento "sul posto di lavoro" da cui può dipendere lo sviluppo della loro carriera.

Quanto successo negli ultimi mesi a causa della pandemia e dei suoi effetti sul mondo del lavoro – che, ovviamente, non è riflesso nei dati raccolti fin qui da AlmaLaurea – suggerisce, inoltre, che sia necessario prevedere aggiustamenti dell'offerta formativa in corso d'opera e prestare particolare attenzione alla crescente importanza di profili professionali, già considerati in passato, ma potenzialmente ancor più rilevanti in futuro, nel campo dell'e-commerce, delle diverse forme di comunicazione in remoto (o a distanza) e dell'utilizzo di nuovi media.

La valutazione positiva espressa dai laureati di CIM circa l'utilità e la spendibilità del loro titolo di studi nel mondo del lavoro e il buon livello di soddisfazione da loro espresso per il lavoro svolto, indicano che l'attuale configurazione del corso di studi costituisce una buona base per raggiungere questi obiettivi. Al tempo stesso, l'attuale livello di efficacia riconosciuta alla laurea CIM e il livello raggiunto di soddisfazione per il proprio lavoro indicano anche che c'è spazio per un miglioramento.

⁴ È possibile che queste caratteristiche riflettano una condizione strutturale del mercato del lavoro dei laureati in scienze della comunicazione; per verificarlo, però, occorrerebbe realizzare indagini più approfondite sulle professioni della comunicazione.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

TABELLE ALLEGATE AL PARAGRAFO 11

AlmaLaurea

Indagini sulla condizione occupazionale dei laureati

Classe di laurea: scienze della comunicazione (L-20)

Atenei del Nord-Ovest

Tab. 1

Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O
	PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO		

Produzione di laureati e situazione di mercato

N° di laureati	2019	198	357	285	732	134	186	83	415	6196	2390
	2018	169	309	277	632	99	142	83	313	5803	2024
	2017	138	388	282	585	67	129	72	242	5756	1903
% laureati sul totale	2019	3,2	5,8	4,6	11,8	2,2	3,0	1,3	6,7	100,0	38,6
	2018	2,9	5,3	4,8	10,9	1,7	2,4	1,4	5,4	100,0	34,9
	2017	2,4	6,7	4,9	10,2	1,2	2,2	1,3	4,2	100,0	33,1
Età alla laurea	2019	24,5	24,1	23,6	23,5	25,9	24,3	25,3	24,1	25,0	24,4
	2018	25	23,8	24	23,5	26,8	24,6	26,9	24,5	25,4	24,9
	2017	24	24,1	24,1	23,8	26,2	25,5	25,3	24,6	25,5	24,7
Durata degli studi	2019	3,7	3,8	3,6	3,5	3,8	4,0	4,3	3,9	4,1	3,8
	2018	3,9	3,6	3,8	3,6	4	4,1	4	4,2	4,2	3,9
	2017	3,8	3,8	3,9	3,8	4,1	4,2	4,1	4,3	4,3	4,0



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Tab. 2

Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O
	PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO		

Prosecuzione degli studi (Formazione di secondo livello)

Sono attualmente iscritti a un corso di laurea di secondo livello	2019	33,6	40,5	46,7	26,6	50,7	32,9	38,6	50,5	44,1	40,0
	2018	29,6	37,9	49,5	33,9	39,7	30,5	42	51,5	42,4	39,3
	2017	30,8	39,2	39,2	28,4	34,6	24,2	36,8	45	39,7	34,8
Sono attualmente iscritti a un corso di primo livello	2019	0,8	0,8	0,5	0,9	1,3	0,7	1,8	1,6	1,1	1,1
	2018	2,6	1,3	2,4	0,9	2,6	1,1	0	2,2	1,1	1,6
	2017	2,9	2,4	1,5	0	1,9	2,1	5,3	0,6	1,0	2,1
Mai iscritti a un corso di laurea di primo o secondo livello	2019	65,6	56,7	51,9	71,4	48,0	66,4	59,6	46,3	53,5	58,2
	2018	67,8	59,6	46,7	64,3	57,7	67,4	55,1	44,2	55,2	57,9
	2017	64,4	57,8	56,8	69,8	59,6	72,6	57,9	52,8	57,7	61,5



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Tab. 3

Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O
	PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO		

Studio e lavoro (Condizione occupazionale e formativa)

Lavorano e non sono iscritti a una laurea di secondo livello	2019	34,4	36,1	31,1	39,1	25,3	43,2	38,6	25,1	31,8	34,1
	2018	40,0	36,3	30	33,5	39,7	53,7	33,3	28,6	32,1	36,9
	2017	36,5	36,8	40,2	39,2	38,5	53,7	28,1	34,4	34,6	38,4
Lavorano e sono iscritti a una laurea di secondo livello	2019	5,3	11,1	13,2	4,9	20,0	11	14,0	13,2	10,2	11,6
	2018	7,8	11,3	16,2	6,7	23,1	11,6	11,6	13	9,9	12,7
	2017	6,7	16,6	15,1	6,3	9,6	11,6	10,5	18,3	12,1	11,8
Non lavorano e sono iscritti a una laurea di secondo livello	2019	28,2	29,4	33,5	21,7	30,7	21,9	24,6	37,3	34,0	28,4
	2018	21,7	26,7	33,3	27,2	16,7	18,9	30,4	38,5	32,5	26,7
	2017	24	22,6	24,1	22,1	25	12,6	26,3	26,7	27,6	22,9
Non lavorano, non sono iscritti a una laurea di secondo livello e non cercano	2019	16,8	12,3	10,8	19,7	10,7	13,7	7,0	11,3	10,8	12,8
	2018	12,2	12,1	11	15,9	9	5,3	10,1	6,1	10,1	10,2
	2017	14,4	9,1	6,5	10,6	5,8	11,6	12,3	6,1	7,7	9,6
Non lavorano, non sono iscritti a una laurea di secondo livello ma cercano	2019	15,3	11,1	11,3	14,5	13,3	10,3	15,8	13,2	13,2	13,1
	2018	18,3	13,8	9,5	16,7	11,5	10,5	14,5	13,9	15,4	13,6
	2017	18,3	14,9	14,1	21,8	21,2	10,5	22,8	14,4	18,1	17,3



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Tab. 4

Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O	
	PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO			
Lavoro (Condizione occupazionale)											
Lavorano	2019	39,7	47,2	44,3	44,1	45,3	54,1	52,6	38,3	42,0	45,7
	2018	47,8	47,5	46,2	40,2	62,8	65,3	44,9	41,6	42,0	49,5
	2017	43,3	53,4	55,3	45,5	48,1	65,3	38,6	52,8	46,6	50,3
Non lavorano e non cercano	2019	41,2	38,1	41	38,9	40,0	32,2	28,1	41,8	37,4	37,7
	2018	33	34,6	41,9	39,1	25,6	20,0	24,6	37,7	35,9	32,1
	2017	33,7	24	24,6	28,4	26,9	20,0	28,1	26,1	25,5	26,5
Non lavorano ma cercano	2019	19,1	14,7	14,6	17,0	14,7	13,7	19,3	19,9	20,6	16,6
	2018	19,1	17,9	11,9	20,7	11,5	14,7	30,4	20,8	22,1	18,4
	2017	23,1	22,6	20,1	26,1	25,0	14,7	33,3	21,1	27,9	23,3
Tasso di occupazione (def. ISTAT - Indagine FL)	2019	51,1	54,8	53,8	58,6	58,7	64,4	56,1	45,3	49,0	55,4
	2018	53,9	56,7	52,4	51,7	70,5	73,7	47,8	46,3	48,6	56,6
	2017	56,7	62,2	60,8	55,0	53,8	69,5	47,4	61,1	53,5	58,3
Tasso di disoccupazione (def. ISTAT - Indagine FL)	2019	18,3	14,3	14,9	12,4	10,2	9,6	17,9	23,8	20,0	15,2
	2018	15,1	14,5	13,4	20,1	8,3	5,4	26,7	21,9	21,6	15,7
	2017	15,7	16,0	12,9	20,8	22,2	10,8	30,8	19,7	21,8	18,6



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Tab. 5

Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O
	PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO		

Ingresso nel mercato del lavoro

Occupati che proseguono il lavoro iniziato prima della laurea	2019	25,0	33,6	34,0	27,4	52,9	36,7	40,0	33,6	39,5	35,4
	2018	34,5	40,4	42,3	28,6	44,9	37,1	29	35,4	40,7	36,5
	2017	31,1	47,5	42,7	24,3	44	41,9	63,6	43,2	43,6	42,3
Occupati che non proseguono il lavoro iniziato prima della laurea	2019	17,3	24,4	22,3	19,8	17,6	22,8	20,0	23,5	17,9	21,0
	2018	14,5	20,2	20,6	18,4	16,3	25,8	32,3	25	18,8	21,6
	2017	22,2	25,3	27,3	24,3	16	27,4	4,5	18,9	18,6	20,7
Occupati che hanno iniziato a lavorare dopo la laurea	2019	57,7	42,0	43,6	52,8	29,4	40,5	40,0	42,9	42,6	43,6
	2018	50,9	39,5	37,1	53,0	38,8	37,1	38,7	39,6	40,5	41,8
	2017	46,7	27,2	30	51,5	40	30,6	31,8	36,8	37,6	36,8



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Tab. 6

Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O	
	PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO			
<i>Diffusione del part-time</i>	2019	42,3	38,7	52,1	29,4	41,2	34,2	40,0	41,2	39,5	39,9
	2018	29,1	36	49,5	23,8	57,1	29	48,4	54,2	38,7	40,9
	2017	33,3	44,9	49,1	31,2	40	45,2	63,6	52,6	45,9	45,0
<i>Numero di ore settimanali di lavoro (medie)</i>	2019	31,1	32,6	28,5	34,9	33,2	33,3	32,8	31,7	32,4	32,3
	2018	35,6	32,8	28,4	36,5	27,2	34,6	28,4	29,3	32,7	31,6
	2017	34,5	30,7	30,6	34,7	31,9	30,8	25,2	29,1	31,2	30,9



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Tab. 7

Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O
	PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO		

Settore di attività

Pubblico	2019	9,6	6,7	6,4	3,6	14,7	10,1	13,3	10,1	8,8	9,3
	2018	9,1	6,1	8,2	3,8	8,2	1,6	19,4	9,4	8,7	8,2
	2017	13,3	8,9	6,4	3	12	9,7	13,6	10,5	10,9	9,7
Privato	2019	86,5	89,1	88,3	94,4	85,3	86,1	73,3	84,9	87,5	86,0
	2018	81,8	91,2	86,6	93,5	85,7	95,2	71	78,1	87	85,4
	2017	77,8	88	86,4	93,1	84	79	81,8	81,1	84,3	83,9
Non profit	2019	3,8	3,4	5,3	1,5	0	2,5	13,3	5,0	3,4	4,4
	2018	7,3	2,6	5,2	2,7	6,1	3,2	9,7	12,5	4,1	6,2
	2017	8,9	3,2	7,3	4,0	4,0	11,3	4,5	8,4	4,8	6,5



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Tab. 8

<i>Ramo di attività economica</i>	Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O
		PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO		
Agricoltura	2019	5,8	0	0	0	0	1,3	0	1,7	0,8	1,1
	2018	1,8	0,9	0	0,5	0	1,6	0	0	0,7	0,6
	2017	0	0	0,9	0,5	0	0	0	0	0,4	0,2
Industria	2019	11,5	14,3	14,9	17,8	14,7	21,5	13,3	14,3	14,2	15,3
	2018	14,5	11,4	8,2	17,8	4,1	30,6	9,7	4,2	13,2	12,6
	2017	15,6	9,5	8,2	12,4	20	24,2	9,1	12,6	12	14,0
Servizi	2019	82,7	83,2	84	81,7	85,3	75,9	86,7	81,5	83,6	82,6
	2018	81,8	85,1	91,8	79,5	95,9	67,7	90,3	93,8	84,6	85,7
	2017	84,4	86,1	89,1	80,2	80,0	67,7	86,4	85,3	84,3	82,4

Comparti principali nei servizi

Commercio	2019	19,2	27,7	37,2	26,4	47,1	26,6	43,3	31,1	29,8	32,3
	2018	27,3	21,9	29,9	26,5	32,7	19,4	19,4	33,3	28,9	26,3
	2017	26,7	25,3	37,3	21,3	36,0	21	31,8	21,1	28,5	27,6
Trasporti, pubblicità, comunicazioni	2019	30,8	17,6	11,7	19,3	11,8	20,3	20,0	9,2	17,6	17,6
	2018	14,5	23,7	17,5	22,7	14,3	24,2	29	13,5	17,7	19,9
	2017	17,8	20,9	18,2	24,8	8,0	16,1	18,2	16,8	17,9	17,6

Area geografica di lavoro

Nord-Ovest	2019	84,6	92,4	92,6	76,6	85,3	94,9	86,7	89,9	39,3	87,9
	2018	90,9	92,1	88,7	82,2	87,8	96,8	93,5	91,7	37,7	90,5
	2017	91,1	90,5	89,1	86,1	88,0	91,9	100	90,5	36,5	90,9



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

Tab. 9

Anno di indagine	Atenei								Italia	N-O	
	PV	MI	MIB	IULM	VA	BG	GE	TO			
<i>Efficacia della laurea nel lavoro svolto</i>											
Molto efficace/Efficace	2019	33,3	23,1	20	38,7	21,9	28,9	30,0	27,0	28,4	27,9
	2018	30,9	26,4	22,9	36,3	28,3	29	23,3	24,7	27,8	27,7
	2017	20,0	17,2	17,3	39,8	36	24,2	13,6	16,1	23,6	23,0
Abbastanza efficace	2019	39,2	41,9	38,9	42,8	37,5	50,0	36,7	40,0	40,9	40,9
	2018	49,1	38,2	44,8	38,5	39,1	51,6	33,3	39,8	40,4	41,8
	2017	60,0	42,7	45,2	45,4	40,0	51,6	45,5	54,8	42,1	48,2
Poco/per nulla efficace	2019	27,5	35,0	41,1	18,6	40,6	21,1	33,3	33,0	30,7	31,3
	2018	20	35,5	32,3	25,3	32,6	19,4	43,3	35,5	31,8	30,5
	2017	20	40,1	37,5	14,8	24	24,2	40,9	29,0	34,3	28,8
<i>Soddisfazione per il lavoro svolto (medie, scala 1-10)</i>	2019	7,3	7,2	7,1	7,8	6,8	7,5	6,7	7,5	7,3	7,2
	2018	7,4	7,2	6,9	7,8	7,6	7,8	6,6	7,1	7,2	7,3
	2017	7,1	6,9	6,7	7,3	7,8	7,3	7,1	7,0	6,9	7,2



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

12. AZIONI INTRAPRESE NELLA PRIMA PARTE DELL'ANNO 2020

- Purtroppo, l'insorgere dell'emergenza sanitaria dovuta al COVID-19 ha impedito di dare seguito ad alcune delle azioni prima preventivate, tra cui la convocazione in presenza degli studenti di primo e secondo anno al fine di dare maggiore visibilità ai bandi Erasmus. Peraltro, l'aspettativa da parte dell'Ateneo in generale circa la partecipazione a tali bandi (sia in uscita sia in entrata) non è molto ottimistica: ciò ha suggerito, nonché reso necessario, dedicare maggiori energie in altre direzioni, tra cui la preparazione dell'organizzazione didattica dell'anno accademico 2020/21 (specie per il primo semestre), la corretta gestione degli esami a distanza durante l'estate 2020, e una serie di iniziative tese a non perdere immatricolazioni per il nuovo anno accademico.
- Sempre a causa dell'emergenza sanitaria, la Presidenza e la Segreteria del corso di laurea, in accordo con il Responsabile dell'Ufficio programmazione didattica dell'Ateneo, hanno deciso di effettuare in modo particolare la verifica delle conoscenze iniziali dei nuovi immatricolati 2020/21. In via del tutto eccezionale, per tale anno accademico tale valutazione verrà effettuata sulla base del voto di maturità, fissando una soglia inferiore di 70/100 per chi intenda immatricolarsi. Ciò è stato formalizzato dal Consiglio didattico nella seduta di marzo 2020. Il Consiglio didattico intraprenderà, durante il primo semestre, azioni informali per favorire l'autovalutazione da parte degli studenti immatricolati.
- Il Responsabile del corso di laurea ha proseguito il monitoraggio dei syllabi, in vista della prima finestra di compilazione degli stessi prevista per luglio-agosto 2020 e, in virtù delle incertezze del periodo, ne sta curando l'aggiornamento in occasione della riapertura della finestra di compilazione a inizio ottobre 2020.
- Il Presidente del Consiglio didattico ha mantenuto continui contatti con il Presidio di Qualità (tramite il rappresentante del Dipartimento di Scienze politiche e sociali, prof. Gerzeli) al fine di portare a compimento la formulazione del nuovo ordinamento di CIM. La Direttrice del Dipartimento di Scienze politiche e sociali ha seguito da vicino l'andamento dei lavori.



13. SINTESI E PROPOSTE

Il Gruppo di lavoro si è riunito nuovamente, in videoconferenza, il giorno 14 settembre 2020 alle ore 17.

Sono presenti i seguenti componenti:

Prof.ssa Elisabetta Jezek
Prof. Guido Legnante
Prof. Marco Porta
Prof. Giorgio Rampa (Presidente del Consiglio didattico)

Il Gruppo di lavoro si è interrogato sulle conclusioni che possono essere tratte dai suggerimenti forniti dalle Parti sociali, in considerazione delle caratteristiche generali del corso di laurea, in particolare la pluridisciplinarietà, quasi unanimemente riconosciuta come un valore dalle Parti contattate.

Il Gruppo di lavoro ritiene di poter sintetizzare nel seguente modo i principali suggerimenti delle Parti sociali e le risultanze dell'analisi degli sbocchi occupazionali:

1. Nelle fasi iniziali del percorso è opportuno trasmettere/rafforzare negli studenti le seguenti capacità, con sinergia tra i diversi insegnamenti:
 - Imparare a porsi domande ed essere attenti e curiosi;
 - Imparare a definire obiettivi e strategie, individuali e di gruppo, nello svolgimento dei compiti;
 - Imparare a esprimersi in modo preciso e conciso;
 - Imparare ad identificare il target della propria comunicazione e ad organizzare su di esso la consapevolezza dei propri contenuti e modi comunicativi;
 - Non dimenticare mai gli aspetti etici della comunicazione, né l'interconnessione fra le sue macro-aree (politica, istituzioni, società ed economia, linguaggio);
 - Riconoscere l'importanza delle lingue straniere, a partire dall'inglese (obiettivo da raggiungere forse anche impartendo qualche parte di insegnamento in lingua inglese);
 - Essere consapevoli della molteplicità dei possibili media e, di conseguenza, della diversità dei linguaggi da utilizzare, nonché della complessità dei fenomeni della comunicazione esterna ed interna (a istituzioni e imprese);
 - Riconoscere che non esistono solo “nuove professioni”, ma sempre più anche le vecchie stanno richiedendo un cruciale innesto di nuove competenze comunicative;
 - Porre attenzione alla crescente sensibilità sociale per la sostenibilità;
 - Comprendere che la Comunicazione non coincide con il Marketing
 - Dotarsi degli strumenti per valutare gli effetti della comunicazione.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE

2. Durante il percorso formativo pare utile porre più attenzione ai seguenti aspetti:
- Gestione avanzata dei social media (inserzioni su Fb, ads e digital marketing, campagne online), con particolare attenzione alla loro molteplicità. Anche il web design dovrebbe ricevere una maggiore attenzione rispetto alle competenze che si riescono a fornire attualmente; ciò potrebbe essere ottenuto modificando in parte i contenuti degli insegnamenti sul versante più tecnologico;
 - Inserimento di competenze sull'analisi, la visualizzazione e la gestione dei dati (incluse le ricerche di mercato). Anche questo aspetto richiede contenuti da inserire negli insegnamenti più tecnologici (a partire anche dal miglioramento delle competenze nell'uso di fogli elettronici, nonché nell'analisi tecnica del linguaggio);
 - Sul versante più sociologico e politico, potrebbe essere utile rafforzare, almeno parzialmente e anche tramite studi di casi e attività laboratoriale, i contenuti di Sociologia della Comunicazione, Analisi e gestione della Democrazia in era digitale, Antropologia della comunicazione, Gestione delle crisi, Geopolitica, Comunicazione e relazioni pubbliche, Opinione pubblica, Analisi dei media;
 - Sul versante più umanistico, gli studenti dovrebbero diventare più esperti nella ideazione di contenuti audiovisivi e grafici, nella "lettura delle immagini", nella retorica, senza trascurare alcuni aspetti più tecnici della linguistica, in particolare la comprensione dei meccanismi semantici e pragmatici che contraddistinguono il linguaggio nel suo uso comunicativo, quali l'ambiguità delle parole, la distinzione tra dire e comunicare, la dimensione implicita nella comunicazione;
 - Sul versante giuridico, occorrerà arricchire i contenuti essenziali del Diritto privato e del Diritto della proprietà intellettuale con elementi di Privacy e protezione dei dati;
 - Sul versante economico, le nozioni di basi del Marketing potranno essere rinforzate (nozione di Brand nel Marketing, Eredità culturale, Cultura di impresa).
3. Quanto alle specializzazioni in uscita, si ritiene di sottolineare quanto segue:
- Non è possibile cristallizzare una volta per tutte alcuni profili professionali molto definiti;
 - Sarà tuttavia possibile offrire alcune competenze più specifiche fornendo agli studenti la possibilità di scegliere, all'interno di insegnamenti o laboratori, moduli alternativi che indirizzino in direzioni diverse, rendendoli consapevoli che si tratta di indirizzamento più che di professionalizzazione definitiva;
 - Occorre inoltre osservare che oltre un terzo dei laureati triennali prosegue i propri studi in un corso di secondo livello, come osservato nel paragrafo 11; ciò rafforza l'esigenza di offrire anche una preparazione generale, piuttosto che specificamente professionalizzante;
 - Appare peraltro utile inserire nel percorso di studi qualche attività formativa sul versante del rafforzamento dei c.d. "soft skills" (presentazioni, predisposizione CV, colloqui di lavoro, ecc.), come osservato nei commenti dei Paragrafi 10 e 11 del presente documento.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
CORSI DI STUDIO INTERDIPARTIMENTALI IN
*COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ E DI
COMUNICAZIONE DIGITALE*

Il Gruppo di lavoro riconosce che una parte dei precedenti obiettivi potrà essere raggiunta in sede di predisposizione dei piani di studio delle coorti, tenendo anche conto delle risorse messe a disposizione dall'Ateneo e dai Dipartimenti coinvolti.

Poiché la predisposizione del piano di studi per l'anno accademico successivo dovrà avvenire in un momento successivo (primavera 2021), il Gruppo di studio si dedicherà prossimamente alla definizione del nuovo Ordinamento (RAD), da presentare al Consiglio didattico e poi ai Dipartimenti nel mese di novembre 2020. A tale proposito, considerando anche le azioni già intraprese dal Consiglio didattico e dal Responsabile del Corso di laurea negli anni 2018-2019-2020 in relazione alle raccomandazioni della CEV, il Gruppo di lavoro ritiene che occorrerà concentrarsi soprattutto sugli elementi 2.A.2 e 2.A.3 elencati nel paragrafo 2 del presente documento.

La riunione è tolta alle ore 19.

Prof.ssa Elisabetta Jezek
Prof. Guido Legnante
Prof. Marco Porta
Prof. Giorgio Rampa (Presidente del Consiglio didattico)