

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN EDITORIA, CULTURE DELLA COMUNICAZIONE E DELLA MODA

Il presente Regolamento disciplina l'organizzazione e il funzionamento del corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda, appartenente alla classe delle lauree LM-92 Teorie della Comunicazione, attivato presso l'Università degli Studi di Milano.

In ottemperanza a quanto disposto dall'art. 11, comma 2, della legge 19 novembre 1990, n. 341, dall'Art. 12 del D.M. 22 ottobre 2004, n. 270 e dal Regolamento didattico d'Ateneo, il presente Regolamento specifica, nel rispetto della libertà di insegnamento e dei diritti doveri dei docenti e degli studenti, gli aspetti organizzativi e funzionali del corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda, in analogia con il relativo Ordinamento didattico, quale definito nel Regolamento didattico d'Ateneo, nel rispetto della predetta classe di cui al D.M. 16 marzo 2007, alla quale il corso afferisce.

Art. 1 – Obiettivi formativi specifici del corso di laurea e profili professionali di riferimento

1. Il corso ha come finalità:

- a) formare capacità professionali che garantiscano una visione completa delle attività produttive del sistema editoriale e delle sue generali problematiche, dalla produzione al consumo, con riferimento specifico all'editoria libraria, offrendo un ventaglio di approfondimenti riconducibili ai diversi territori della cultura editoriale, intesa come studio della trasmissione dei testi e studio delle tecniche necessarie per la pubblicazione di testi a stampa o in digitale;
- b) fornire competenze linguistiche, filosofico-estetiche, storiche, logiche, retoriche, con attenzione ai principi dell'Information and Communication Technology (ICT), nonché le conoscenze teorico-metodologiche utili per pervenire ad analisi approfondite dei sistemi comunicativi dei linguaggi mediologici e settoriali, per produrre testi nell'ambito di tali linguaggi, per progettare modelli comunicativi da utilizzare nei campi della pubblicità, mass media e comunicazione di impresa (anche con il supporto delle strutture telecomunicative del Centro di servizio per le tecnologie e la didattica universitaria multimediale e a distanza (CTU) dell'Università degli studi di Milano);
- c) fornire competenze miranti alla formazione di professionisti capaci di operare nel campo della moda, dotati di una solida preparazione umanistica e interdisciplinare, in grado di rispondere alla domanda di nuove figure professionali emergenti in un campo ormai consolidato, interessato non solo ai risvolti strettamente commerciali ma alle ricadute in termini di cultura e identità del settore moda italiano, inteso come patrimonio culturale da valorizzare (con comunicazione specializzata, archivi, musei, mostre tradizionali e digitali, siti web, ecc.).

2. I risultati di apprendimento attesi al termine del percorso, espressi secondo lo schema dei Descrittori europei del titolo di primo livello, sono di seguito specificati:

- a) Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

1. Editoria

Il laureato sarà in possesso di adeguate conoscenze della storia del libro e dell'editoria, della letteratura e della trasmissione dei testi, dei processi produttivi e distributivi dell'editoria contemporanea, riassumibili nei seguenti risultati di apprendimento attesi: piena comprensione, sul piano storico, del sistema editoriale e della sua cultura, della storia dei testi e della lettura, e, in ambito contemporaneo, delle dinamiche organizzative delle imprese editoriali, in Italia e nel più ampio orizzonte europeo e internazionale; e piena conoscenza degli strumenti e delle metodologie necessari allo studio e alla ricerca, da un lato, alla produzione e alla diffusione del libro, dall'altro.

2. Comunicazione

Gli studenti dovranno dimostrare di aver acquisito conoscenze approfondite e capacità di comprensione nei diversi ambiti disciplinari relativi alle teorie comunicative e ai sistemi comunicativi dei mass media e di settori specifici come la pubblicità. Le conoscenze fondamentali sono relative alla padronanza dei mezzi, delle tecniche e degli strumenti fondamentali della comunicazione, alla tecnologia dell'informazione, alla filosofia del linguaggio, alla linguistica, all'estetica, alla psicologia della comunicazione, alle discipline sociologiche e giuridiche connesse al mondo della comunicazione, alla storia della letteratura, dell'arte, della musica e dello spettacolo. Alle conoscenze fondamentali va affiancato un approfondimento, anche determinato dagli interessi e dalle attitudini dello studente, che permetta al laureato di orientarsi nel complesso quadro storico-teorico dell'universo della comunicazione.

3. Moda

La formazione fornirà ai laureati un'adeguata preparazione nelle discipline storiche, sociologiche, giuridiche, artistiche, linguistiche e letterarie per articolare il loro orientamento nell'universo del sistema moda. Tali conoscenze svolgono il ruolo di culture di contesto e di griglia interpretativa e orientativa, capace di fornire coordinate adeguate per lo sviluppo e l'approfondimento dei saperi di settore e delle competenze professionalizzanti. In particolare si mira alla conoscenza del funzionamento del sistema di ideazione-produzione-commercializzazione specifico delle filiere di moda, agli aspetti storico-economici, agli strumenti di comunicazione, promozione e pubblicità, al trattamento dei giacimenti culturali – con particolare riferimento alla conoscenza e gestione degli archivi di moda – e alla divulgazione culturale a livello nazionale e internazionale.

In tutte le aree, l'attività didattica finalizzata al conseguimento delle conoscenze e delle capacità di comprensione attese si svolge principalmente nella modalità dell'insegnamento frontale e con verifica del profitto basata sull'esame finale. Ciascun insegnamento ufficiale, oltre a comprendere di norma una parte istituzionale, appunta su approfondimenti monografici e seminariali.

b) Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

1. Editoria

Il laureato avrà la capacità di utilizzare gli strumenti e le metodologie acquisite negli ambiti disciplinari che riguardano la storia moderna e contemporanea, la storia del libro e la cultura editoriale e giornalistica, la letteratura italiana contemporanea e la critica letteraria, la filologia e l'estetica, l'economia e l'editoria multimediale, e potrà applicarli sia in direzione della ricerca (con la possibilità di approfondire lo studio delle aziende editoriali, e, più in generale, dell'industria dei media, del loro sviluppo negli ultimi secoli, della descrizione e dell'interpretazione critica dei loro prodotti); sia in riferimento allo svolgimento di una professione in campo editoriale, in particolare nella progettazione delle edizioni, in formato cartaceo e digitale, nella cura redazionale dei testi, nella gestione del prodotto finale. Tutto ciò anche grazie all'esperienza acquisita con una didattica innovativa, comprendente esperienze dirette di laboratorio e stage.

2. Comunicazione

Gli studenti dovranno dimostrare di saper applicare le conoscenze acquisite ai differenti ambiti lavorativi inerenti al percorso, coniugando le competenze teorico-metodologiche relative alla comunicazione con la conoscenza approfondita degli ambiti di applicazione (radio, televisione, giornali, web, cinema, pubblicità, ecc.). Le attività formative finalizzate all'acquisizione delle capacità applicative assumono di preferenza, oltre alla forma della didattica frontale, quella della didattica interattiva e del laboratorio. I laboratori (ai quali si affiancano gli stage) sono attivati annualmente e finalizzati all'acquisizione di conoscenze professionalizzanti nell'ambito delle tecniche dell'immagine e delle pratiche, anche informatiche, relative ai linguaggi e ai metodi della comunicazione, in particolare negli ambiti pubblicitario e multimedilogico.

Per l'acquisizione sul campo di una conoscenza diretta degli strumenti e delle procedure applicativi e per incentivare quindi una formazione professionale dello studente, che ne faciliti l'inserimento

nel mondo del lavoro, è offerta agli studenti la possibilità di svolgere tirocini formativi ed esperienze in ambiente di lavoro, stage ed altre forme di alternanza studio/lavoro, che possono essere inseriti nel piano di studio individuale e accreditati.

3. Moda

I laureati sapranno applicare le conoscenze sviluppate durante il loro percorso formativo in ambito lavorativo, utilizzando le competenze maturate con lo studio di materie di base, di materie specifiche (in particolar modo degli ambiti filosofico, linguistico e culturologico), in relazione ai vari settori lavorativi in cui si declina il sistema moda: impresa, pubblicità, mass media, editoria. Di particolare importanza sarà l'applicazione delle conoscenze acquisite non solo al mondo del lavoro nazionale ma anche alla sue declinazioni internazionali e globali, viste le caratteristiche dei linguaggi e delle produzioni di moda. Inoltre sarà curata la pratica implementazione della formazione nell'ambito delle nuove istituzioni culturali relative alla moda. Anche in questo caso, di grande aiuto risulteranno le esperienze maturate nel percorso formativo con forme di didattica interattiva, laboratori e stage.

c) Autonomia di giudizio (making judgements)

Gli studenti dovranno dimostrare di aver acquisito, nei diversi ambiti disciplinari e in prospettiva transdisciplinare, conoscenze e competenze per poter formulare riflessioni e giudizi autonomi. Sicura capacità critica e, conseguentemente, autonomia e responsabilità di giudizio sono requisiti dell'inserimento a livelli avanzati nel mondo dell'editoria, della comunicazione e della moda, per il tramite della ricerca di mezzi comunicativi e di forme culturali ed espressive originali e moderne. Un giudizio autonomo nel mondo della comunicazione deve basarsi sul possesso sicuro dei contenuti scientifici generali e degli strumenti applicativi, ma anche su solidi riferimenti alla cultura, alla storia, agli studi teorici della comunicazione e alle concrete basi ermeneutiche e analitiche dei fenomeni culturali in genere. Le discipline filosofiche, logiche, letterarie svolgono un ruolo centrale nel raggiungimento di tali obiettivi. All'attività didattica disciplinare si aggiunge poi, ai fini dell'acquisizione dell'autonomia di giudizio, l'attività svolta per la tesi di laurea.

d) Abilità comunicative (communication skills)

Le diverse forme della comunicazione, che rappresentano un motivo conduttore del corso di laurea, assumono un ruolo decisivo sia nelle pratiche operative, sia nell'elaborazione critica in diversi settori della cultura, dell'informazione e dell'imprenditoria.

Gli studenti acquisiranno quindi solide abilità nella comunicazione, che si manifesteranno con una sicura padronanza della scrittura in lingua italiana e della trasmissione orale delle conoscenze, anche in lingua straniera; ma anche abilità nella comunicazione con gli strumenti messi a disposizione dall'informatica. Concorrono al raggiungimento di dette conoscenze gli insegnamenti attivati nell'area della linguistica e della letteratura italiana, della filosofia, della cultura visuale, nonché delle lingue e letterature straniere.

Le attitudini e l'abilità nella comunicazione possono venire potenziate per mezzo di soggiorni all'estero, anche per il tramite di programmi di scambio e di circolazione di studenti (Erasmus).

e) Capacità di apprendimento (learning skills)

Gli studenti dovranno dimostrare di avere acquisito competenze specifiche nella ricerca e nell'analisi di materiale bibliografico, nella consultazione di banche dati e di altre informazioni in rete, nonché gli strumenti conoscitivi di base e innovativi per l'aggiornamento delle loro conoscenze, anche in vista del lavoro di preparazione della tesi finale, la quale svolge un ruolo centrale nello sviluppo di capacità e attitudini alla ricerca e all'apprendimento. La realizzazione della tesi richiede infatti che lo studente provveda in autonomia al reperimento di informazioni, documenti, bibliografia relativi alla traccia di lavoro concordata con il docente, anche tramite autonoma ricerca di materiale presso istituti di ricerca, biblioteche e archivi italiani ed esteri. Sarà quindi compito dello studente rielaborare in modo autonomo e con capacità critica i dati e le

informazioni acquisite al fine di addivenire a una sintesi personale, autonoma e critica, nonché a un originale contributo nell'ambito del percorso di ricerca prescelto.

3. Profili professionali di riferimento

a) Il livello di conoscenze e competenze raggiunto permetterà ai laureati in Editoria, culture della comunicazione e della moda di esercitare un'attività, con funzioni anche di responsabilità, nei vari comparti delle imprese editoriali e più in generale in qualunque iniziativa pubblica e privata che preveda un'attività editoriale come specialisti in discipline linguistiche letterarie e documentali. L'elevata formazione culturale nell'ambito della storia del libro, dell'editoria, delle edizioni moderne e contemporanee, permetterà l'inserimento di chi possiede la laurea in Editoria, culture della comunicazione e della moda negli uffici che si dedicano all'organizzazione di attività culturali nei diversi ambiti della pubblica amministrazione statale, regionale, comunale, e di assumere ruoli di responsabilità negli archivi editoriali, nelle biblioteche e nei centri di studio pubblici e privati o di dedicarsi a un'attività autonoma come imprenditori e amministratori o con funzioni dirigenziali, soprattutto in imprese editoriali;

b) gli sbocchi professionali previsti riguardano anche il campo della comunicazione e della diffusione della conoscenza in diversi ambiti, dei mass media e della pubblicità, con elevata padronanza delle nuove tecnologie. Oltre al campo della gestione dell'immagine nell'ambito di musei e archivi, all'organizzazione e cura di eventi comunicativi, il profilo professionale dei laureati nella classe consentirà l'ideazione e organizzazione di manifestazioni culturali diverse e multidisciplinari, nelle quali lo sviluppo di modelli comunicativi visuali e multimediali trovi applicazione ideale; nonché l'impiego nei settori della pubblicità e mass media (anche come dirigenti del dipartimento pubblicità e pubbliche relazioni), oltre a funzioni dirigenziali in organizzazioni nazionali o sovranazionali;

c) i laureati potranno infine acquisire un profilo di alta specializzazione nel settore della moda, unico nel panorama attualmente esistente di stampo umanistico, che consentirà l'ingresso nelle imprese operanti a più livelli nelle filiere della moda, in Italia e all'estero. Le competenze culturali e professionalizzanti acquisite consentiranno inoltre impieghi dirigenziali presso giornali e riviste di moda, agenzie specializzate, uffici di pubbliche relazioni, archivi istituzionali, enti culturali pubblici e privati legati al mondo della moda, e prepareranno imprenditori e dirigenti nelle aziende di moda commerciali e manifatturiere.

I laureati in Editoria, culture della comunicazione e della moda avranno anche acquisito le competenze culturali necessarie per accedere a un dottorato.

4. Il corso prepara alle professioni di (codifiche ISTAT)

- 2.5.4 Specialisti in discipline linguistiche, letterarie e documentali
- 2.5.4.5 Archivisti, bibliotecari, conservatori di musei e specialisti assimilati
- 2.5.4.2.0 Redattori editoriali
- 2.5.1.6 Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi
- 2.5.1.6.0 Specialisti nelle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili
- 2.5.4.1.2 Dialoghisti, soggettisti e parolieri
- 2.5.4.1.3 Redattori di testi per la pubblicità
- 2.5.4.5.1 Archivisti di moda per imprese private e fondazioni culturali
- 2.5.4.5.3 Curatori e conservatori di musei di moda e cultura materiale

Concorrono al funzionamento del corso il Dipartimento di Studi storici (referente principale) e i Dipartimenti di Beni culturali e ambientali; Filosofia; Studi letterari, filologici e linguistici (associati).

Art. 2 – Accesso

1. Sono ammessi alla laurea magistrale i laureati nella classe di laurea Scienze della comunicazione L-20;

2. Sono anche ammessi i laureati nelle seguenti classi di laurea triennale:

L-01 Beni culturali

L-03 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda

L-05 Filosofia

L-10 Lettere

L-19 Scienze dell'educazione e della formazione

L-42 Storia

che abbiano acquisito almeno 60 cfu nei seguenti s.s.d.:

INF/01 Informatica, ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni, IUS/01 Diritto privato, IUS/08 Diritto costituzionale, IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico, IUS/10 Diritto amministrativo, IUS/14 Diritto dell'unione europea, IUS/20 Filosofia del diritto, L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea, L-ART/05 Storia del teatro e dello spettacolo, L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione, L-ART/07 Musicologia e storia della musica, L-FIL-LET/10 Letteratura italiana, L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea, L-FIL-LET/12 Linguistica italiana, L-LIN/01 Glottologia e linguistica generale, L-LIN/03 Letteratura francese, L-LIN/04 Lingua e traduzione - Lingua francese, L-LIN /05, Letteratura spagnola, L-LIN/06 - Lingue e letterature ispano-americane, L-LIN/07 Lingua e traduzione - Lingua spagnola, L-LIN/08 Letteratura portoghese e brasiliana, L-LIN/09, Lingua e traduzione - Lingua portoghese e brasiliana, L-LIN/10 Letteratura inglese, L-LIN/11, Lingue e letterature anglo-americane, L-LIN/12 Lingua e traduzione - Lingua inglese, L-LIN/13 Letteratura tedesca, L-LIN/14 Lingua e traduzione - Lingua tedesca, L-LIN /15 Letterature scandinave, L-LIN/21 Lingua russa - Letteratura russa – Slavistica, M-FIL/01 Filosofia teoretica, M-FIL/04 Estetica, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi, M-STO/02 Storia moderna, M-STO/04 Storia contemporanea, SECS-P/01 Economia politica, SECS-P/02 Politica economica, SECS-P/06 Economia Applicata, SECS-P/07 Economia aziendale, SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese, M-PSI/01 Psicologia generale, M-PSI/05 Psicologia sociale, SPS/07 Sociologia generale, SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi

3. Sono inoltre ammessi i laureati provenienti da corsi di laurea triennali di altre classi che abbiano acquisito almeno 90 cfu nei seguenti s.s.d.:

INF/01 Informatica, ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni, IUS/01 Diritto privato, IUS/08 Diritto costituzionale, IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico, IUS/10 Diritto amministrativo, IUS/14 Diritto dell'unione europea, L-ART/02 Storia dell'arte moderna, L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea, L-ART/05 Storia del teatro e dello spettacolo, L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione, L-ART/07 Musicologia e storia della musica, L-FIL-LET/10 Letteratura italiana, L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea, L-FIL-LET/12 Linguistica italiana, L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate, L-LIN/01 Glottologia e linguistica generale, L-LIN/03 Letteratura francese, L-LIN/04 Lingua e traduzione - Lingua francese, L-LIN /05, Letteratura spagnola, L-LIN/06 - Lingue e letterature ispano-americane, L-LIN/07 Lingua e traduzione - Lingua spagnola, L-LIN/08 Letteratura portoghese e brasiliana, L-LIN/09 Lingua e traduzione - Lingua portoghese e brasiliana, L-LIN/10 Letteratura inglese, L-LIN/11 Lingue e letterature anglo-americane, L-LIN/12 Lingua e traduzione - Lingua inglese, L-LIN/13 Letteratura tedesca, L-LIN/14 Lingua e traduzione - Lingua tedesca, L-LIN /15 Letterature scandinave, L-LIN/21 Lingua russa- Letteratura russa – Slavistica, M-FIL/01 Filosofia teoretica, M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza, M-FIL/03 Filosofia Morale, M-FIL/04 Estetica, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi, M-GGR/01 Geografia, M-GGR/02 Geografia economico-politica, M-STO/01 Storia medievale, M-STO/02 Storia moderna, M-STO/04 Storia

contemporanea, SECS-P/01 Economia politica, SECS-P/02 Politica economica, SECS-P/06 Economia Applicata, SECS-P/07 Economia aziendale, SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese, SECS-P/12 Storia economica, M-PSI/01 Psicologia generale, M-PSI/05 Psicologia sociale, SPS/02 Storia delle dottrine politiche, SPS-03 Storia delle istituzioni politiche, SPS/07 Sociologia generale, SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi.

4. Accanto Successivamente alla verifica dei requisiti curriculari, l'accertamento dell'adeguatezza della preparazione personale dei candidati al corso di laurea magistrale verrà svolta secondo le modalità stabilite dal Collegio didattico e dal Consiglio di Dipartimento. In particolare è previsto il superamento di una prova obbligatoria di verifica delle competenze acquisite.

Il corso di laurea si riserva di valutare l'eventuale inserimento di un numero programmato, determinato di anno in anno dagli organi accademici competenti, previa valutazione delle risorse strutturali, strumentali e di personale disponibili per il funzionamento dello stesso.

Art. 3 – Organizzazione del corso di laurea

1. La durata normale del corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda è di due anni.

2. Il corso prevede tre *curricula* (Editoria, Comunicazione, Moda), articolati come previsto nel successivo Piano didattico.

3. Il corso di studi struttura le sue attività didattiche tramite lezioni, esercitazioni, laboratori, ed eventuali tirocini, svolti in particolare in vista degli sbocchi professionalizzanti, secondo il calendario e le scadenze fissate dall'Ateneo.

4. I corsi di insegnamento saranno monodisciplinari, ma potranno essere istituiti corsi integrati. Essi possono essere attivati direttamente o mutuati dagli altri corsi di laurea magistrali della Facoltà e, ove necessario, dell'Ateneo, nonché, sulla base di specifici accordi, di altri atenei. Essi sono svolti di norma in lingua italiana; il Collegio didattico può deliberare il loro svolgimento parziale o totale in lingua straniera su proposta dei docenti interessati e tenendo in considerazione le competenze linguistiche degli studenti.

5. Ciascun insegnamento ufficiale, strutturato in modo da assolvere lo svolgimento degli obiettivi formativi a esso assegnati in funzione del percorso didattico, di cui al successivo Piano didattico, comprende di norma:

a) la trattazione approfondita e specialistica dei paradigmi epistemologici, dei metodi di analisi e dei modelli critico-teorici o storiografici propri all'ambito disciplinare oggetto dell'insegnamento;

b) approfondimenti di carattere monografico, consistenti, in relazione alle caratteristiche e specificità disciplinari, sia nella esposizione a livello specialistico dei principali aspetti della materia propria dell'ambito disciplinare, sia nell'esame di singole tematiche e questioni funzionali ad illustrare in modo diretto i metodi di analisi;

c) eventuali seminari ed esercitazioni atti a consolidare le conoscenze e le competenze acquisite in relazione ai due punti precedenti.

6. Ciascuno degli insegnamenti avrà il valore di 6 o 9 crediti, che potranno essere incrementati nel caso di moduli aggiuntivi o attività ulteriori riconosciute dal Collegio didattico. Consentono di acquisire crediti anche le attività di laboratorio e di tirocinio.

7. Le modalità di svolgimento degli esami e degli accertamenti di profitto, nonché quelle relative alla verifica delle altre attività formative (frequenze ai laboratori, tirocini), e quelle relative alla prova finale, sono stabilite secondo le normative disposte, per le parti di competenza, dal Regolamento didattico d'Ateneo.

8. L'apprendimento delle competenze e delle professionalità da parte degli studenti è computato in crediti formativi, articolati secondo quanto disposto dal Regolamento didattico d'Ateneo. A ogni

credito formativo corrispondono 25 ore di impegno complessivo per studente. Nella determinazione delle ore da attribuire a ciascuna tipologia di attività didattica, potranno rientrare nel carico standard corrispondente a un credito:

- a) almeno 6 ore e non più di 10 ore dedicate a lezioni frontali o attività didattiche equivalenti, prevedendo che le restanti ore (fino al raggiungimento delle 25 ore totali previste) vengano dedicate allo studio individuale;
- b) almeno 12 ore e non più di 18 ore dedicate a esercitazioni o attività assistite equivalenti, prevedendo che le restanti ore (fino al raggiungimento delle 25 ore totali previste) siano dedicate allo studio e alla rielaborazione personale;
- c) 25 ore di pratica individuale in laboratorio;
- d) 25 ore di studio individuale;
- e) 25 ore di tirocinio.

9. Il numero dei crediti collegati a ciascun insegnamento ufficiale del corso di laurea è stabilito nei percorsi di cui al successivo Piano didattico. Nessun insegnamento ufficiale può dar luogo all'acquisizione di meno di 6 crediti.

10. Le attività didattiche con guida continuativa di docenti sono computate in crediti, in relazione alla loro durata, secondo quanto stabilito dal Regolamento didattico d'Ateneo.

11. L'acquisizione da parte dello studente dei crediti stabiliti per ciascun insegnamento nonché, nel caso di insegnamenti articolati in più moduli, dove ciò sia previsto, per ciascuno dei moduli che lo compongono, è subordinata al superamento delle relative prove d'esame, che danno luogo a votazione in trentesimi, ai sensi della normativa d'Ateneo.

12. Rientra nel percorso didattico al quale lo studente è tenuto ai fini della ammissione alla prova finale il superamento di prove di verifica, con giudizio di approvato o di riprovato, relative a ulteriori conoscenze e abilità, anche derivanti da tirocini o altre esperienze in ambienti di lavoro o dalla frequenza di laboratori specificamente organizzati dal corso di laurea e finalizzati a maturare e sviluppare specifiche competenze professionali, per complessivi 12 crediti.

13. Le verifiche del profitto, relative agli insegnamenti di cui al Piano didattico, si svolgono nella forma di esami orali e/o scritti, così come stabilito dai professori ufficiali responsabili degli insegnamenti, al fine di assicurare l'accertamento delle conoscenze, delle competenze e delle abilità acquisite nel corso dell'attività formativa.

14. Nell'ambito dei singoli insegnamenti, possono essere previste forme di verifica intermedie, durante il corso, finalizzate all'orientamento dell'attività didattica e alla preparazione all'esame.

15. Gli studenti possono chiedere la convalida di crediti aggiuntivi acquisiti nei precedenti percorsi di studio ma non computati ai fini del raggiungimento dei 180 crediti della laurea e anche la convalida di crediti acquisiti mediante iscrizione a corsi singoli di insegnamento. Tali richieste saranno valutate da apposita Commissione nominata dal Collegio didattico e approvate se congruenti rispetto all'ordinamento del corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda.

16. Per insegnamenti particolarmente seguiti e per garantire un più adeguato rapporto docenti/studenti, possono essere previste iterazioni, anche con programmi differenziati. La relativa proposta è deliberata dal Collegio didattico e dal Consiglio di Dipartimento.

17. Nel caso di insegnamenti articolati in moduli svolti da docenti diversi deve essere comunque individuato tra loro il docente responsabile dell'insegnamento al quale compete, d'intesa con gli altri docenti interessati, il coordinamento delle modalità di verifica del profitto e delle relative registrazioni.

18. La struttura e l'articolazione specifica di ciascun insegnamento e delle altre attività formative, con l'indicazione di ogni elemento utile per la relativa fruizione da parte degli studenti iscritti, sono

specificati annualmente nel manifesto degli studi e nelle guide predisposte dalla Facoltà e dal corso di laurea.

19. Per conseguire la laurea lo studente deve aver acquisito 120 crediti.

Art. 4 – Settori scientifico-disciplinari e relativi insegnamenti

1. Gli insegnamenti ufficiali del corso di laurea in Editoria, culture della comunicazione e della moda, definiti in relazione ai suoi obiettivi formativi, nell'ambito dei settori scientifico-disciplinari di pertinenza, sono i seguenti:

INF/01 – Informatica

Scienze dell'informazione e della comunicazione sul web

L-ART/03 – Storia dell'arte contemporanea

Storia dell'arte contemporanea

Storia della fotografia

L-ART/06 – Cinema, fotografia e televisione

Cinematografia documentaria

Cultura visuale

Filmologia

Teorie e culture della pubblicità

L-FIL-LET/10 – Letteratura italiana contemporanea

L-FIL-LET/10 Storia dei generi letterari

L-FIL-LET/11 – Letteratura italiana

Filologia dei testi a stampa

Letteratura e lettura nell'Italia contemporanea

Letteratura e sistema editoriale nell'Italia moderna e contemporanea

Letteratura, moda e costume nell'Italia contemporanea

Produzione letteraria nell'Italia otto-novecentesca

Teoria e storia dell'edizione nella modernità letteraria

L-FIL-LET/12 – Linguistica italiana

Linguaggi settoriali e della moda

Linguistica dei media

Linguistica italiana e drammaturgia

L-FIL-LET/13 - Filologia della letteratura italiana

Filologia dei testi a stampa

L-FIL-LET/14 – Critica letteraria e letterature comparate

Letterature comparate

Teoria della letteratura

L-LIN/01 – Glottologia e linguistica

Interlinguistica

L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese

Lingua francese

Teoria e tecnica della traduzione francese

L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola

Lingua spagnola
 Teoria e tecnica della traduzione spagnola
L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese
 Teoria e tecnica della traduzione inglese
L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca
 Teoria e tecnica della traduzione tedesca
L-LIN/21 – Slavistica
 Teoria e tecnica della traduzione russa
M-DEA/01 - Discipline demoetnoantropologiche
 Antropologia sociale
M-FIL/04 – Estetica
 Estetica degli oggetti
 Poetica e retorica
 Teorie della rappresentazione e dell'immagine
M-FIL/05- Filosofia e teoria dei linguaggi
 Analisi filosofica
 Filosofia del linguaggio
 Teorie del linguaggio e della mente
M-GGR/01 – Geografia
 Geografia
M-PSI/01 – Psicologia generale
 Psicologia della comunicazione
M-PSI/05-Psicologia sociale
 Psicologia transculturale
M-STO/02 - Storia moderna
 Storia culturale dell'età moderna
M-STO/04 – Storia contemporanea
 Comunicazione e editoria di moda
 Economia e cultura del sistema moda
 Storia contemporanea
 Storia della cultura contemporanea
 Storia e documentazione della moda
 Storia sociale dello spettacolo
M-STO/08 - Archivistica, bibliografia e biblioteconomia
 Archivistica
 Bibliografia
 Storia del libro e dei sistemi editoriali
 Biblioteconomia
SECS-P/07 - Economia aziendale
 Economia delle imprese editoriali
SPS/02 – Storia delle dottrine politiche
 Storia del pensiero politico contemporaneo
SPS/08 – Sociologia dei processi culturali e comunicativi
 Cultura giornalistica
 Editoria multimediale
 Teorie e tecniche della comunicazione radio-televisiva
 Sociologia della globalizzazione
 Comunicazione politica

2. Eventuali insegnamenti aggiuntivi, nell'ambito dei settori sopra riportati, sono inseriti su proposta del Collegio didattico e del Consiglio del Dipartimento, approvata dal Senato Accademico. In casi eccezionali e motivati, eventuali insegnamenti aggiuntivi possono essere inseriti direttamente nel manifesto degli studi.
3. La struttura e l'articolazione specifica, gli obiettivi e i risultati di apprendimento di ciascun insegnamento e delle altre attività formative, con l'indicazione di ogni elemento utile per la relativa fruizione da parte degli studenti iscritti, sono specificati annualmente, tramite l'immissione nel gestionale w4, nel manifesto degli studi e nella guida ai corsi di studio predisposta dalle competenti strutture dipartimentali. In tale guida sono altresì riportati i programmi di ogni insegnamento.

Art.5 – Piano didattico

1. In relazione agli obiettivi formativi qualificanti, il corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda definisce come segue il proprio percorso formativo, precisandone gli obiettivi formativi specifici e i conseguenti obblighi didattici. Il percorso formativo del corso di laurea, con il corrispettivo dei crediti precisato, è articolato in tre distinti curricula, come già evidenziato, secondo lo schema seguente:

Curriculum Editoria

Primo anno

6 cfu a scelta (attività caratterizzanti)

L-FIL-LET/12 Linguistica dei media

INF/01 Scienze dell'informazione e della comunicazione sul web

M-FIL/05 Filosofia del linguaggio *oppure* Teorie del linguaggio e della mente *oppure* Analisi filosofica

9 cfu (attività caratterizzanti)

M-FIL/04 Teorie della rappresentazione e dell'immagine *oppure* Poetica e retorica

6 cfu (attività caratterizzanti)

SPS/08 Editoria multimediale

6 cfu (attività caratterizzanti)

L-ART/06 Cultura visuale

9 cfu (attività caratterizzanti)

M-STO/04 Storia sociale dello spettacolo

9 cfu (attività affini)

L-FIL-LET/11 Letteratura e sistema editoriale nell'Italia moderna e contemporanea

9 cfu -Insegnamento a scelta

3 cfu -Laboratorio

Secondo anno

9 cfu (attività affini)

M-STO/08 Storia del libro e dei sistemi editoriali

6 + 6 cfu a scelta (attività caratterizzanti)

M-STO/04 Comunicazione e editoria di moda

M-STO/04 Storia della cultura contemporanea *oppure* Storia contemporanea

SPS/02 Storia del pensiero politico contemporaneo

9 cfu a scelta (attività affini)

L-FIL-LET/11 Produzione letteraria nell'Italia otto-novecentesca

L-FIL-LET/11 Teoria e storia dell'edizione nella modernità letteraria

L-FIL-LET/11 Filologia dei testi a stampa

L-FIL-LET/14 Teoria della letteratura *oppure* Letterature comparate

L-LIN/01 Interlinguistica

M-STO/02 Storia culturale dell'età moderna

SECS-P/07 Economia delle imprese editoriali

L-FIL-LET/10 Storia dei generi letterari

M-STO/08 Bibliografia *oppure* Archivistica *oppure* Biblioteconomia

L-LIN/04 Teoria e tecnica della traduzione francese *oppure* L-LIN/07 Teoria e tecnica della

traduzione spagnola *oppure* L-LIN/12 Teoria e tecnica della traduzione inglese *oppure* L-LIN/14

Teoria e tecnica della traduzione tedesca *oppure* L-LIN/21 Teoria e tecnica della traduzione russa

6 cfu -Stage

3 cfu -Laboratorio di ricerca e avvio alla professione, propedeutico alla preparazione della tesi

Tot. cfu 75 (dieci esami) + insegnamento a scelta 9 + laboratori e stage 12

Tesi 24

Tot. 120

Curriculum Comunicazione

Primo anno

9 cfu (attività caratterizzanti)

L-FIL-LET/12 Linguistica dei media *oppure* Linguistica italiana e drammaturgia *oppure* Linguaggi settoriali e della moda

6 cfu (attività caratterizzanti)

M-FIL/04 Teorie della rappresentazione e dell'immagine *oppure* Poetica e retorica

M-FIL/05 Filosofia del linguaggio *oppure* Teorie del linguaggio e della mente *oppure* Analisi filosofica

6 + 6 cfu a scelta (attività caratterizzanti)

INF/01 Scienze dell'informazione e della comunicazione sul web

L-ART/06 Cultura visuale

L-ART/06 Filmologia *oppure* Cinematografia documentaria

L-ART/06 Teorie e culture della pubblicità

9 cfu (attività caratterizzanti)

M-STO/04 Storia sociale dello spettacolo

SPS/02 Storia del pensiero politico contemporaneo

9 cfu (attività affini)

L-FIL-LET/11 Letteratura e sistema editoriale nell'Italia moderna e contemporanea

L-FIL-LET/11 Produzione letteraria nell'Italia otto-novecentesca

L-FIL-LET/14 Teoria della letteratura *oppure* Letterature comparate

L-FIL-LET/10 Storia dei generi letterari

9 cfu -Insegnamento a scelta

3 cfu -Laboratorio

Secondo anno

6 + 6 cfu a scelta (attività caratterizzanti)

SPS/08 Teorie e tecniche della comunicazione radio-televisiva

SPS/08 Cultura giornalistica

SPS/08 Sociologia della globalizzazione

SPS/08 Comunicazione politica

M-PSI/01 Psicologia della comunicazione

M-PSI/05 Psicologia transculturale

M-DEA/01 Antropologia sociale

9 + 9 cfu a scelta (attività affini)

L-LIN/01 Interlinguistica

L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea

L-ART/03 Storia della fotografia

M-STO/02 Storia culturale dell'età moderna

M-GGR/01 Geografia

L-LIN/04 Lingua francese, *oppure* L-LIN/07 Lingua spagnola,

oppure L-LIN/12 Lingua inglese *oppure* L-LIN/14 Lingua tedesca, L-LIN/21 Lingua russa *oppure*

Letteratura russa *oppure* Slavistica

6 cfu -Stage

3 cfu - Laboratorio di ricerca e avvio alla professione, propedeutico alla preparazione della tesi

Tot. cfu 75 (dieci esami) + insegnamento a scelta 9 + laboratori e stage 12

Tesi 24 cfu

Tot. 120

Curriculum Moda

Primo anno

6 cfu (attività caratterizzanti)

L-FIL-LET/12 Linguaggi settoriali e della moda *oppure* Linguistica dei media

9 cfu (attività caratterizzanti)

M-FIL/04 Estetica degli oggetti

6 + 6 cfu a scelta (attività caratterizzanti)

INF/01 Scienze dell'informazione e della comunicazione sul web

L-ART/06 Cultura visuale

L-ART/06 Teorie e culture della pubblicità

L-ART/06 Filmologia *oppure* Cinematografia documentaria

9 cfu (attività caratterizzanti)

M-STO/04 Storia e documentazione della moda

9 cfu (attività affini)

L-FIL-LET/11 Letteratura, moda e costume nell'Italia contemporanea *oppure* L-FIL-LET/11

Produzione letteraria nell'Italia otto-novecentesca *oppure* L-FIL-LET/11 Letteratura e sistema editoriale nell'Italia moderna e contemporanea

9 cfu -Insegnamento a scelta

3 cfu -Laboratorio

Secondo anno

9 cfu (attività affini)

M-STO/04 Economia e cultura del sistema moda

6 + 6 cfu a scelta (attività caratterizzanti)

M-STO/04 Comunicazione e editoria di moda

SPS/08 Cultura giornalistica

SPS/08 Editoria multimediale

SPS/08 Teorie e tecniche della comunicazione radio-televisiva

9 cfu (attività affini)

L-LIN/01 Interlinguistica

M-STO/04 Storia sociale dello spettacolo

L-ART/03 Storia della fotografia

L-LIN/04 Lingua francese, L-LIN/07 Lingua spagnola, L-LIN/12 Lingua inglese, L-LIN/14 Lingua tedesca, L-LIN/21 Lingua russa

6 cfu -Stage

3 cfu -Laboratorio di ricerca e avvio alla professione, propedeutico alla preparazione della tesi

Tot. cfu 75 (dieci esami) + insegnamento a scelta 9 + laboratori e stage 12

Tesi 24

Tot. 120

N.B. La scelta degli insegnamenti è subordinata alla loro attivazione.

2. Gli studenti possono discostarsi dal piano di studi sopra proposto nei limiti stabiliti dal Regolamento didattico d'Ateneo, presentando, con le modalità e nei termini previsti dalla normativa, propri piani di studi individuali, che dovranno essere esaminati secondo le procedure ed entro le scadenze stabilite dalle normative richiamate.

3. Nei piani di studio devono comunque essere acquisiti crediti in ogni ambito disciplinare di ciascuna attività formativa. Lo scostamento può avvenire secondo motivate esigenze formative e didattiche solo all'interno delle varie attività, rispettando sempre i minimi previsti dall'ordinamento per ogni ambito.

4. Acquisiti, nel rispetto delle presenti norme regolamentari, i necessari 90 crediti formativi, lo studente è ammesso a sostenere la prova finale per il conseguimento del titolo.

5. In ottemperanza ai criteri generali, espressi dal Regolamento didattico d'Ateneo, al quale si rimanda per ogni altra disposizione in materia, la prova finale, che permette l'acquisizione di 24 crediti, comporta la composizione di un elaborato scritto, indicativamente di 100/180 pagine, che dovrà consistere in uno studio approfondito su un tema di ricerca scientifica coerente con la preparazione del candidato e con le finalità del corso di laurea. Il candidato dovrà dimostrare padronanza degli strumenti critici e metodologici, abilità argomentativa, matura capacità espressiva, nonché attitudine alle ricerche storiche e documentari. La prova finale può anche consistere in un progetto, una ricerca sul campo o un prodotto multimediale, svolti sotto la guida di un relatore, accompagnati da un elaborato scritto, che dimostrino la padronanza degli argomenti, nonché la capacità di operare in modo autonomo nel campo della comunicazione.

La tesi andrà redatta e discussa di norma in lingua italiana, salvo richiesta da parte dei relatori di ammettere elaborati in lingua straniera, previa approvazione del Collegio didattico.

6. Una specifica Commissione, composta da professori e ricercatori del corso di laurea, è deputata a valutare le richieste di riconoscimento di crediti formativi avanzate da studenti in ingresso per trasferimento. I criteri alla base della verifica e del riconoscimento delle attività formative svolte e dei relativi crediti rispondono alle seguenti direttive:

a) viene assicurato il maggior numero possibile di crediti convalidati, in particolar modo nel caso di trasferimento da un corso di laurea della medesima classe, nel rispetto dei vincoli del Piano di studio relativamente all'appartenenza delle attività svolte ai settori scientifici disciplinari essenziali per la struttura del corso di laurea, e prevedendo anche la possibilità di una verifica dei programmi;

b) nello stabilire la convalida dei crediti si fa di norma riferimento a esami da 6, 9, 12 crediti e a laboratori da 3 crediti.

Il mancato riconoscimento di crediti sarà adeguatamente motivato.

7. Il numero massimo dei crediti riconoscibili per conoscenze e attività professionali certificate (nonché di altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario alla cui

realizzazione e progettazione l'università abbia concorso), ai sensi dell'Art. 5, Comma 7, del D.M. 270/2004, è di 9.

Art.6 – Organizzazione della Assicurazione della Qualità

In conformità al modello che l'Ateneo ha delineato ai fini della messa in opera del Sistema di Gestione della Qualità, è stato costituito il Gruppo di Gestione AQ del corso di studio, composto da almeno un docente del Collegio didattico, denominato Referente AQ. In particolare, il Referente AQ è incaricato di guidare il sistema interno di qualità e di sovrintendere all'attuazione della policy della qualità definita dagli Organi di governo dell'Ateneo mediante l'adozione delle modalità procedurali all'uopo determinate dal Presidio della Qualità, con cui si coordina. Oltre che con il Collegio didattico e le strutture dipartimentali di riferimento, il Referente AQ si relaziona con la Commissione paritetica docenti-studenti competente per il corso di studio e con il Gruppo di Riesame guidato dal Presidente del corso di studio.

L'organizzazione della Assicurazione della Qualità del corso prevede contatti con il focus group di studenti in maniera periodica. Per quanto riguarda la programmazione dei lavori e le scadenze di attuazione delle iniziative, il gruppo dell'AQ si riunirà indicativamente ogni due/tre mesi, o in occasione di specifiche scadenze, al fine di calendarizzare le scadenze e organizzare l'attività; mantenere i contatti con gli uffici amministrativi interni dell'Ateneo; organizzare i contatti con enti e soggetti esterni all'Ateneo in relazione alla didattica e all'inserimento nel mondo del lavoro; mantenere costanti rapporti con gli studenti.