

LE **MINI** GUIDE



SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE



UNIVERSITÀ TELEMATICA
INTERNAZIONALE UNINETTUNO



www.uninettunouniversity.net

SONO APERTE LE ISCRIZIONI

**Laurea triennale in
Scienze della Comunicazione**

Indirizzi:

- Istituzioni Pubbliche e Media Digitali
- Comunicazione Digitale d'Impresa



Tel +39 06 69207670/71 - info@uninettunouniversity.net

Università Telematica Internazionale UNINETTUNO - Corso Vittorio Emanuele II, 39 00186 - Roma - www.uninettunouniversity.net

Seguici su



Facebook



Twitter



YouTube



LinkedIn



Instagram



TikTok

L'EDITORIALE

di **Mariano Berriola**

Direttore Corriere dell'Università, CorriereUniv.it

SCEGLIERE UN LAVORO, UNA PROFESSIONE CHE SI AMA, SIGNIFICA PIÙ BENESSERE PSICO-FISICO



Cari ragazzi,

anche quest'anno abbiamo lavorato alle guide di orientamento per la scelta degli studi all'indomani dell'esame di maturità. Ne abbiamo preparate ben 27 per cercare di dare spazio ad ogni area, così da intercettare tutti i percorsi possibili: da Economia a Medicina, da Moda a Design, da Ingegneria a Psicologia, per citarne alcune.

Nelle pagine di orientamento delle guide vi invitiamo, come facciamo sempre, a leggere ed elaborare le informazioni e i consigli del caso, per arrivare ad una scelta "autonoma e consapevole".

Ecco, credo siano proprio queste le parole chiave da tenere a mente quando stiamo per prendere una decisione, e non soltanto in tema di studi e di università.

Troppo spesso il potere di prendere delle decisioni lo cediamo all'esterno, subendo le pressioni e le richieste di chi ci sta intorno. È molto importante il confronto con i genitori, con la famiglia, con i docenti e con i propri amici, ma non cadete nell'errore di affidare ad altri quella che è una scelta che riguarda solo voi e la vostra vita.

Tocca prendersi la propria responsabilità ed evitare scelte affrettate, superficiali o peggio ancora condizionate.

Dico questo perché i dati sugli abbandoni universitari al primo anno non sono così incoraggianti e ancor più quello che emerge dal numero di studenti che arrivano in fondo a conseguire un titolo di laurea: una percentuale ancora molto bassa nel nostro Paese.

Nelle guide trovate tante interviste a studenti, docenti e professionisti, che raccontano la loro esperienza; un prezioso contributo per darvi un'idea di quel che vi potete aspettare in termini di materie di studio, di sbocchi lavorativi o professionali, da quel determinato corso.

Il mio consiglio prima di scegliere qualunque corso di laurea e relativo ateneo, è quello di fare tantissime interviste alle persone che vivono quelle facoltà, quel mondo, quelle professioni. Solo così capirete se fa per voi, se risponde alle vostre aspettative, ai vostri desideri, alle vostre ambizioni.

Cito sempre il dato di medicina: sapete quanti ragazzi e ragazze abbandonano la Facoltà dopo qualche anno?

Sono in tanti, moltissimi, quegli stessi che avevano studiato e preparato il difficile test di ingresso, ma che poi si erano

“ Nelle pagine di orientamento delle guide vi invitiamo ad una scelta “autonoma e consapevole”. ”

LE **MINI** GUIDE**SOMMARIO**

2 L'EDITORIALE

4 UNIVERSIMONDO

14 I PASSI DELLA SCELTA

16 FOCUS ON

OBIETTIVI FORMATIVI

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

DOVE SI STUDIA

22 PARLA LA STUDENTESSA

24 PARLA LO STUDENTE

27 LE PROFESSIONI

30 LE 8 SKILLS CHIAVE

resi conto di non aver fatto la scelta giusta soltanto una volta iniziato il tirocinio, e toccato con mano la realtà, se vogliamo, a tratti dura di quel mondo.

Mi chiedo, non sarebbe stato più opportuno andare in giro fra ospedali e strutture sanitarie, prima di iscriversi alla Facoltà? Ecco questo è quello che vi invito a fare: andate in giro a capire cosa fa l'ingegnere, l'architetto, il chirurgo, il giornalista, l'astronauta, e poi se sognate di fare quella vita, quella carriera, vi scegliete il corso di studi che più vi può spingere verso la realizzazione dei vostri sogni.

Del resto, scegliere un lavoro, una professione che si ama, per la quale si nutre interesse, curiosità e passione, equivale a fare una vita di maggior soddisfazione, di maggior benessere psico-fisico.

Le dirette sulla scelta dell'università

Al giornale (Corriereuniv.it) stiamo preparando delle dirette sull'orientamento e la transizione scuola, università, lavoro. Credo possano essere di vostro interesse sia per quanti vogliono scegliere l'università, sia per quelli che stanno pensando di cercare da subito un lavoro.

Parleremo del fatto che da qui al 2030 ci sarà una radicale trasformazione del mondo del lavoro: alcune professioni o mestieri si trasformeranno, altri verranno fuori come nuovi. La spinta tecnologica, l'intelligenza artificiale, l'economia circolare, la sensibilità ai temi dell'ambiente, della sostenibilità, imporranno radicali cambiamenti nei lavori e nelle aziende. È opportuno per voi capire in che direzione va questo cambiamento, così da prepararvi alle future richieste di competenze e di conoscenze da parte delle aziende e delle Istituzioni. Oggi, queste competenze vanno apprese ed allenate costantemente. Sono importanti quanto i titoli di studio e il talento naturale delle persone. Vengono chiamate soft skills o competenze trasversali, le trovate riportate all'interno delle guide, dategli uno sguardo, sono molto importanti.

Vi lascio alla vostra lettura non prima di avervi augurato un bellissimo esame di maturità, ed una scelta, qualunque essa sia, che vi possa dare la serenità e le soddisfazioni che meritate.

In bocca al lupo!

direttore@corriereuniv.it

DIRETTORE RESPONSABILE

Mariano Berriola
direttore@corriereuniv.it

CONTENUTI DI ORIENTAMENTO

A cura di Italia Education

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO

Camilla Appelius, Amanda Coccetti,
Maria Diaco, Marco Vesperi

GRAFICA E IMPAGINAZIONE

A cura di Camilla Schiavone

EDIZIONE 2024

Tutti i diritti sono riservati. È vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche parziale, dei contenuti inseriti nel presente prodotto senza espressa autorizzazione dell'editore.

UNIVERSIMONDO

LA GUIDA PER LO STUDENTE

ATENEI DIPARTIMENTI E SCUOLE

Ateneo

Ente d'istruzione terziaria al quale è possibile accedere al termine della scuola secondaria di secondo grado. Si tratta di Università, Accademie, Conservatori.

Dipartimento di studi

Definizione del comparto strutturato al quale afferiscono i corsi di studi universitari. Il termine facoltà è ormai in estinzione, viene per lo più sostituito dall'accezione Dipartimento che può afferire ad una scuola o a un'area.

Scuole

In relazione al singolo statuto d'Ateneo si possono costituire le Scuole che coordinano le attività didattiche esercitate nei corsi di laurea, nei corsi di laurea magistrale, nelle scuole.



ATTENZIONE!

Le scuole, intese come aree, non vanno confuse con le Scuole Superiori Universitarie la cui offerta formativa, a seconda dello statuto, può essere integrativa ai corsi di laurea ordinaria, o rivolta alla didattica post laurea triennale, didattica dottorale e didattica post-dottorale.



CORSI DI LAUREA

Classe di laurea

S'intende una macro area all'interno della quale si raggruppano corsi di studio del medesimo livello e ambito disciplinare che presentano gli stessi obiettivi formativi qualificanti e le stesse attività formative caratterizzanti. Dunque, la classe di laurea è un contenitore dei corsi di studio con il medesimo valore legale, gli stessi obiettivi formativi, ma indirizzi diversi.

La tipologia di indirizzo determina il fatto che all'interno di una classe possano afferire diversi corsi di laurea.

CFU (Credito formativo universitario)

Il credito è un'unità di misura che attesta il lavoro in termini di apprendimento richiesto ed equivale in media a 25 ore di studio.

il conseguimento del titolo universitario. Ogni livello e tipologia di laurea prevede il raggiungimento di un determinato numero di crediti formativi.

Voto d'esame

Si considera superato un esame quando si consegue un voto calcolato in trentesimi.

Si va da un minimo di 18 ad un massimo di 30 crediti con lode.



ATTENZIONE!

Il numero dei crediti corrispondenti all'esame superato non ha nessun legame con il voto dell'esame.

Corso di laurea primo livello (L)

Il corso di laurea triennale offre una solida preparazione di base. Il titolo d'accesso è il diploma quinquennale di scuola secondaria di secondo grado.

I regolamenti universitari definiscono i requisiti di accesso e ne determinano, laddove risulti necessario, gli strumenti di verifica ed eventuali attività formative propedeutiche.

Al termine dei tre anni viene rilasciato il titolo universitario di primo livello a fronte di una discussione della tesi finale.

Prevede il raggiungimento di 180 crediti.

Corso di Laurea magistrale a ciclo unico (LMU)

Percorso che si intraprende a conclusione del ciclo di studi di istruzione secondaria di II grado.

Si tratta di percorsi unitari che hanno una durata complessiva di 5 o 6 anni non suddivisa in livelli.

Prevede il raggiungimento di 300 crediti

(Architettura; Chimica e tecnologia farmaceutiche, Farmacia, Giurisprudenza, Medicina Veterinaria, Ingegneria Wedile-architettura; Scienze della formazione primaria) e 360 crediti (Medicina e Chirurgia).

Corso di Laurea magistrale o di secondo livello (LM)

Il corso di laurea biennale offre una maggiore specializzazione formativo-professionale.

A conclusione dei due anni previsti viene rilasciato il titolo accademico di Laurea Magistrale a fronte di una discussione della tesi finale.

Questo percorso ha la finalità di arricchire la formazione degli studenti e studentesse al fine d'indirizzarsi verso attività professionali di elevata qualificazione.

Si devono raggiungere 120 crediti.

Titolo di ammissione: laurea triennale di primo livello.





NABA è la migliore Accademia di Belle Arti italiana nella Top 100 mondiale nel QS World University Rankings® by Subject Art & Design

www.naba.it



**MADE
IN NABA®**

CONTATTI
Orientamento Italia
T 02 97372106
E support@naba.it



NABA

NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI

TRIENNI

Comics and Visual Storytelling

Graphic Design e Art Direction

BRAND DESIGN | CREATIVE DIRECTION |
VISUAL DESIGN

Design

INTERIOR DESIGN | PRODUCT DESIGN |
PRODUCT AND INNOVATION DESIGN

Fashion Design

FASHION DESIGN | FASHION STYLING
AND COMMUNICATION | FASHION DESIGN
MANAGEMENT

Fashion Marketing Management

Cinema e Animazione

FILMMAKING | ANIMAZIONE

Creative Technologies

GAME | VFX E 3D

Scenografia

TEATRO E OPERA | MEDIA ED EVENTI

Pittura e Arti Visive

PITTURA | ARTI VISIVE

OPEN DAY

9 luglio 2024

MILANO | ROMA

ATENEIO

ATENEIO CHE VAI, CORSO CHE TROVI

Data la multidisciplinarietà di determinati corsi di studi, vi segnaliamo la possibilità di ritrovarli all'interno di Dipartimenti diversi in relazione all'ateneo d'appartenenza. Alcuni esempi:



Servizio Sociale

Scienze Umanistiche, Scienze Politiche, Scienze della Formazione, Economia, Giurisprudenza.

Scienze del Turismo

Scienze Umanistiche, Scienze Politiche, Economia, Sociologia, Scienze della Formazione, Lingue e Letterature straniere.

Scienze Motorie

Medicina e Chirurgia, Scienze della Formazione o Scienze del Benessere.

Psicologia

Medicina e Chirurgia, Scienze della Formazione, Scienze Umanistiche.

Scienze Politiche

Giurisprudenza, Economia, Scienze Politiche.

Scienze della Comunicazione

Scienze Umanistiche, Scienze della Formazione, Scienze Politiche.



MODALITÀ DI ACCESSO

TEST VINCOLANTI E NON VINCOLANTI



ACCESSO AI CORSI

Verifica delle conoscenze non vincolante ai fini dell'immatricolazione

Alcuni corsi di laurea prevedono un test di valutazione delle conoscenze dello studente, che non ne vincola l'iscrizione ma che può prevedere degli Obblighi Formativi Aggiuntivi, i cosiddetti OFA, da integrare nel corso del primo anno di studi.

Accesso ai corsi a numero programmato a livello nazionale

L'ammissione ai corsi a numero programmato avviene in seguito al superamento di un test, in date stabilite a livello nazionale, predisposto dal Ministero dell'Università e Ricerca (MUR) o dai singoli atenei.

Per i seguenti corsi di laurea le prove di accesso sono predisposte dal Mur

- » Medicina e chirurgia
- » Odontoiatria e protesi dentaria
- » Medicina e chirurgia in inglese
- » Medicina veterinaria
- » Architettura

Il test per l'ammissione ai Corsi di Laurea in Medicina e Odontoiatria e Veterinaria per l'a.a 2024-25 si svolgerà in modo simile al test del 2022.

Il test si svolge in due sessioni distinte:

Il test per i Corsi di Laurea Magistrale a ciclo unico in Medicina e Chirurgia e in Odontoiatria e protesi dentaria erogati in lingua italiana si svolgerà in due date:

- » martedì 28 maggio 2024
- » martedì 30 luglio 2024

La prova, invece, Corsi di Laurea Magistrale a ciclo unico in Medicina Veterinaria si svolgerà:

- » mercoledì 29 maggio 2024
- » mercoledì 31 luglio 2024

Test Medicina e Odontoiatria 2024

Il test è unico e di contenuto identico in tutte le sedi in cui si effettua per ciascuna delle due date.

Il test sarà cartaceo, composto da 60 domande a risposta multipla da svolgere in 100 minuti.

Test Veterinaria 2024

Il test è unico e di contenuto identico in tutte le sedi in cui si effettua per ciascuna delle due date.

Il test sarà cartaceo, composto da 60 domande a risposta multipla da svolgere in 100 minuti.

Test di ammissione alle Professioni Sanitarie e IMAT (International Medical Admission Test): le date non sono ancora disponibili.



Accesso a numero programmato a livello locale

Si tratta di un accesso vincolante ai fini dell'immatricolazione che viene stabilito a livello locale. Pertanto può variare da ateneo ad ateneo, con conseguenti diverse date delle prove di accesso.

Test di ammissione di Architettura

La data del test architettura 2024 verrà fissata da ciascuna università in autonomia, purché sia entro il 30 settembre. Ciascun ateneo gestisce autonomamente la prova d'ingresso secondo le indicazioni riportate nel bando del Ministero. La prova è composta da 50 domande da completare in 100 minuti.

Bando di ammissione

la Bibbia di ogni futura matricola

Ogni corso di laurea ha un bando che esplicita in modo esaustivo:

- » Tipologia di accesso
- » Eventuali materie da studiare per il test di immatricolazione
- » Tempi di iscrizione
- » Referente per chiedere informazioni

Non siate timidi nel rivolgervi al referente del corso di laurea, chiedete le informazioni di cui avete bisogno e, perché no, condividete eventuali dubbi non ancora sciolti.

Accesso Cisia

Molti dipartimenti di Ingegneria, Economia e Scienze, hanno pensato di rendere omogeneo il test d'ingresso per la verifica delle conoscenze e il test a numero programmato a livello locale con lo scopo di far rientrare il punteggio in una graduatoria comune. Le università interessate a questo progetto hanno fondato il Consorzio Interuniversitario dei Sistemi Integrati per l'Accesso (CISIA).

Per i corsi di laurea ad accesso programmato di solito occorre svolgere il test necessariamente nella sede in cui ci si vuole iscrivere in via cartacea. Per le prove non selettive è possibile svolgere il test anche on-line tramite il così detto TOLC* presso i Dipartimenti del consorzio CISIA. Il TOLC erogato con modalità telematiche si svolge in diverse sessioni. Di solito da marzo a settembre. Per maggiori informazioni visitare il sito www.cisiaonline.it.



ATTENZIONE!

Leggere sempre per ogni corso di laurea il bando di ammissione.

FACOLTÀ DI CREARE

**FASHION &
COMMUNICATION
SCHOOL**

Creatività, didattica laboratoriale, tecnologie innovative, project works e stage per una formazione accademica e professionalizzante nei settori Moda e Comunicazione.

CORSO COMMUNICATION DESIGN

Laurea Triennale
di Primo Livello

Inizio: Ottobre 2024

www.modartech.com

Diamo futuro alle tue idee



PIANO DI STUDI

ESAMI, TIROCINIO, TESI...

DURANTE GLI STUDI

Piano di studi

Ogni corso di laurea ha un piano di studio, composto da esami obbligatori, opzionali e a libera scelta.

Il piano di studi è un documento ufficiale che attesta l'insieme degli esami e i crediti corrispondenti di un corso di laurea.

Ed è costituito da:

- » Esami obbligatori
- » Esami opzionali (lo studente può scegliere tra più esami proposti)
- » Esami a scelta libera dello studente
- » Idoneità (informatiche, linguistiche..)

Il Piano di Studi deve essere consegnato alla Segreteria Didattica di Dipartimento.

Sono dichiarati validi solo gli esami contenuti in tale documento.

Sessioni d'esame

Si tratta di periodi di tempo durante i quali vengono stabiliti gli appelli, ossia le date per sostenere gli esami. In genere le sessioni annuali sono tre: invernale, estiva e autunnale; la variabilità è a discrezione sempre dei singoli Atenei.

Tirocinio curriculare

Durante il periodo universitario si può svolgere il tirocinio, un'esperienza formativa che lo studente o la studentessa fa presso un ente convenzionato con l'università per entrare in contatto con il mondo del lavoro. Il tirocinio previsto nel piano di studi corrisponde ad un determinato numero di CFU.

Non rappresenta un rapporto di lavoro.

Tesi di laurea

Si tratta di un elaborato finale su un argomento deciso dallo studente e dalla studentessa in accordo con il/la docente scelta/o come relatore/relatrice. La stesura, nel pieno rispetto delle linee guida del/della docente, deve dimostrare l'autonomia del/della discente



all'interno della disciplina pre-scelta. È l'ultimo passo del percorso di laurea. Il punteggio della tesi viene stabilito dalla Commissione di laurea.

Voto finale

Il voto di laurea è espresso in 110 con eventuale lode.

Il punteggio finale si calcola moltiplicando per 110 la media ponderata degli esami e dividendo per 30.

La Commissione di Laurea parte da suddetto risultato, per assegnare il voto di laurea.

Titoli congiunti

Alcuni percorsi di studio prevedono il rilascio finale del titolo congiunto (joint degree) e del titolo doppio o multiplo (double/multiple degree). Entrambi sono possibili esiti di un corso di studio integrato, ossia di un percorso che prevede un curriculum progettato in comune tra due o più università, previo accordo.

Il double/multiple degree include, al termine del corso di studio, il rilascio del titolo dell'università di appartenenza e al contempo l'assegnazione del titolo da parte delle università partner.

Mentre il joint degree consiste nell'ottenimento di un unico titolo riconosciuto e validato da tutte le istituzioni che hanno promosso il percorso di studi congiunto.

Diploma supplement o supplemento di diploma

Il diploma supplement è un documento integrativo che gli studenti e le studentesse al termine del percorso di studi universitari devono richiedere alla segreteria. Fa parte degli strumenti del pacchetto Europass finalizzati a favorire il riconoscimento professionale e universitario a livello comunitario.



ATTENZIONE!

Si dovrebbe chiedere anche al termine della scuola secondaria di secondo grado.

ERASMUS+

UN'OPPORTUNITÀ PER LO STUDENTE

Il nome s'ispira a quello del teologo e filosofo olandese Erasmo da Rotterdam che viaggiò in tutto il continente europeo per conoscere le singole culture e realizzare una comunità dei popoli in cui la diversità fosse un valore aggiunto e non motivo di divisione e contrasto.

IL PROGETTO ERASMUS

Erasmus

Il progetto Erasmus (European Region Action Scheme for the Mobility of University Student), nato nel 1987, consente agli studenti e alle studentesse che frequentano l'università di proseguire il percorso di studi fuori dai confini nazionali per un periodo variabile dai 3 ai 12 mesi. Si tratta di una vera e propria opportunità di crescita personale, attraverso un'esperienza formativa che permette il confronto con culture e tradizioni diverse.

Sul bando dell'università sono specificate le indicazioni per i requisiti d'accesso e la presentazione dei documenti nel rispetto dei termini stabiliti dal regolamento. Prima di partire va firmato un accordo (**Erasmus agreement**) fra l'università d'appartenenza e l'ateneo di destinazione. Un accordo, dunque, che stabilisce i diritti e doveri delle parti. Infine viene rilasciata una carta dello studente Erasmus+ che definisce i diritti e doveri dello studente e della studentessa durante la permanenza all'estero.

Erasmus +, non solo studio

Il programma Erasmus+ prevede i tirocini (esperienza lavorativa, apprendistato, ecc.) all'estero per gli studenti e le studentesse iscritti/e a un corso di laurea triennale. In questo modo si ha la possibilità di sviluppare competenze linguistiche, interculturali in una dinamica lavorativa, così come le competenze di imprenditoria in senso lato.

Erasmo da Rotterdam, in latino Desiderius Erasmus Roterodamus, è stato un presbitero, teologo, umanista filosofo e saggista olandese.





ATTENZIONE!

Di seguito l'elenco dei requisiti comuni richiesti da tutti gli Atenei:

- » **Essere regolarmente iscritti** per tutta la durata dell'Erasmus a un corso di laurea triennale/magistrale, dottorato di ricerca o specializzazione
- » **Aver completato il primo anno** di università
- » **Essere in regola** con il pagamento delle tasse universitarie
- » Per la graduatoria vengono considerati i **crediti acquisiti**
- » Per la graduatoria viene presa in esame la **media dei voti** di tutti gli esami
- » Per la graduatoria ha un'importanza decisiva anche la **motivazione**
- » **Non avere la residenza** presso il Paese prescelto
- » **Non aver superato il numero massimo di mesi di mobilità** consentito dal programma Erasmus
- » **Non avere un'altra borsa di studio** finanziata dall'Unione Europea

COME INFORMARSI ONLINE

Ogni Ateneo costruisce un sito con una propria struttura grafica, quindi sarebbe auspicabile individuare subito le voci essenziali per la ricerca che naturalmente possono variare: dipartimento, scuola, facoltà, offerta formativa, didattica, corsi di laurea triennale, corsi di laurea magistrale a ciclo unico.

Di certo una denominazione chiave è piano di studi dove è possibile rinvenire nel dettaglio tutti gli esami. Importante è anche soffermarsi sugli obiettivi professionali dei singoli corsi che focalizzano l'attenzione sul mondo del lavoro.

Per ricevere maggiori dettagli si possono prendere contatti con la segreteria didattica, con i professori responsabili dei corsi e con gli orientatori presenti in ogni ateneo.

Infine, per una maggiore comprensione sarà utile consultare riviste e siti specializzati per entrare nel campo formativo-professionale d'interesse.



ATTENZIONE!

È un diritto usufruire di tutti i servizi che l'università mette a disposizione per offrire informazioni chiare ed esaustive. Inoltre non tutti sanno che le lezioni universitarie sono aperte e quindi potrebbe essere interessante seguirne alcune per essere maggiormente consapevoli di quello che si andrà a studiare.



I PASSI DELLA SCELTA

CHI VOGLIO DIVENTARE?

Scelgo io.

Nel senso che ognuno deve decidere il proprio percorso in autonomia, con senso critico e con spirito di responsabilità.

Infine, scelgo io in quanto la scelta d'orizzonte tocca anche la sfera personale, implica inevitabilmente la domanda esistenziale: chi voglio diventare?

PRIMO PASSO

Uno sguardo attraverso se stessi

Quando ci si appresta alla scelta post diploma si dà l'avvio ad un processo ricco e articolato che comporta un'indagine ben strutturata di sé.

L'autoconoscenza non si risolve in un atto spontaneo ed istintivo, bensì in un percorso articolato che si dipana nel tempo.

Il primo passo da compiere è dunque comprendere i propri desideri, le proprie ambizioni, le proprie necessità. Si tratta di avere finalmente consapevolezza di attitudini, capacità, passioni ed aspirazioni, imparando ad ascoltare suggestioni ed intuizioni.

Una pratica da esercitare nel proprio percorso di scelta è l'individuazione dei punti di forza posseduti e di quelli da rafforzare in vista di una professione. Che cosa so fare? Cosa mi piace fare?

Guardare alla propria vita quotidiana offre materiale utile a capire quale ambito di studi e di lavoro potrebbe davvero essere la meta da perseguire. Durante l'adolescenza si sommano diverse esperienze che possono fare da ponte verso il mondo del lavoro (sport, volontariato, passioni artistiche...).

Ancora, determinante per la scelta è riconoscere i propri valori. I valori hanno valore, costituiscono ciò che è davvero importante per una persona; valori come la giustizia, la famiglia, l'amicizia sono un'autentica base di costruzione del profilo formativo-professionale.



ATTENZIONE!

Impariamo a distinguere ciò che realmente ci piace e ci appassiona dai "fuochi di paglia". Ve ne accorgete dal perdurare di questi interessi o dal loro svanire in fretta.

SECONDO PASSO

Informazione

La riflessione sul da farsi dopo la maturità rappresenta un momento di confronto tra le proprie aspirazioni, i propri sogni e quello che il mondo realmente propone come offerta formativa e sbocco occupazionale.

Essenziale diviene, l'osservazione, la lettura di guide, di siti, di riviste, insomma ogni elemento di conoscenza e di esperienza è un tassello in più per elaborare il proprio progetto.

Tuttavia, la ricerca e la raccolta di informazioni per intraprendere un percorso è un lavoro che richiede tempo, impegno e soprattutto metodo. Senza dubbio internet ha prodotto un sovraccarico di informazioni: le fake news virtuali sono virali!



La "sindrome da iper informazione" può colpire tutti assumendo diverse forme: ad esempio può capitare di accogliere più dati di quanti se ne possano gestire, oppure ci si può perdere a cercare notizie non direttamente funzionali all'obiettivo preposto.

La gestione della proliferazione di notizie e false notizie è fondamentale.

Dunque, si tratta di nuovo di saper scegliere: le fonti, i dati, l'utilità della notizia per l'obiettivo che si vuole raggiungere.



ATTENZIONE!

Le tematiche parallele, le false notizie, i pregiudizi sono sempre in agguato!

È bene difendersi con determinazione, concentrazione e giudizio critico, tutti validi dispositivi di sicurezza!

TERZO PASSO

Confronto

La scelta post diploma è un atto da compiere in autonomia. Eppure, una conversazione mirata con professionisti, esperti, docenti può certamente risultare determinante per sciogliere dubbi e perplessità.

Ad esempio i raccontidi chi ha già fatto un certo percorso sono estremamente utili, possono, cioè, essere impiegati per comprendere a pieno una professione e il corso di studi corrispondente. Si sa, le cose immaginate sono spesso legate a idealizzazioni e a stereotipi, non sempre in linea con la realtà dei fatti.



ATTENZIONE!

Ispiratori principali delle scelte dei ragazzi sono i genitori, la famiglia.

È indubbio che sia utile un confronto con loro, è ancora più importante, però, che non se ne subiscano i condizionamenti.

QUARTO PASSO

Diario di Bordo

Un buon orientamento, dunque, chiarifica la rotta!

Pertanto, come capitani di ventura, sarebbe opportuno tenere un diario di bordo dove appuntare caratteristiche e peculiarità personali, interessi, passioni, competenze, insomma quanto ci appartiene e ci contraddistingue come individui.

Inoltre, nel taccuino andrebbero segnalati anche i dati raccolti dal confronto con parenti, amici, esperti e docenti. Insomma, nel file del futuro va inserito quanto collezionato passo dopo passo.

In ultimo, non meno importante, l'invito è quello di elencare tutte le informazioni ricavate da un'attenta lettura di questa guida.

Elogio del Dubbio

Dubitare humanum est, dicevano i latini.

Tuttavia perseverare nell'incertezza può diventare dannoso, talvolta diabolico.

Sebbene il dubbio sia motore del pensiero e dunque lecito, uno stato di indecisione prolungato può diventare cronico e trasformarsi in fattore di stasi.

La passività è un'abitudine a cui è facile assuefarsi e da cui è arduo liberarsi. In virtù di ciò diviene importante prendere tempo senza, però, perdere tempo.

Coraggio.



FOCUS ON

SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

Il corso in Scienze della Comunicazione si pone l'obiettivo di fornire ai propri iscritti competenze di base e abilità specifiche nei diversi settori della comunicazione e dell'informazione. Lo sviluppo delle abilità necessarie alla produzione di testi informativi e comunicativi, unitamente alla conoscenza delle nuove tecnologie di elaborazione delle informazioni, rappresentano le condizioni essenziali allo svolgimento di compiti professionali nei media, nella pubblica amministrazione, nei diversi apparati dell'industria culturale e nei settori specifici dell'industria privata. Ai fini indicati, i curricula dei corsi di laurea della classe comprendono attività finalizzate all'acquisizione delle conoscenze di base nei vari campi delle scienze della comunicazione e dell'informazione, nonché dei metodi propri della ricerca sui consumi, sui media e sul pubblico.

Possono prevedere attività di laboratorio e/o attività esterne (ad esempio tirocini formativi presso aziende e enti, stage e soggiorni anche presso altre Università italiane e straniere, nel quadro di accordi nazionali e internazionali). Il percorso formativo di base risulta coerente con le lauree magistrali che preparano professionalità nelle quali la comunicazione assume un ruolo decisivo nelle pratiche operative: dal giornalismo ai sistemi editoriali, dalla comunicazione pubblica e d'impresa alla pubblicità, dalla teoria della comunicazione alle aree critiche della società dell'informazione.

OBIETTIVI FORMATIVI

Obiettivi Formativi

I laureati in scienze della comunicazione devono possedere competenze di base e abilità specifiche nei diversi settori della comunicazione ed essere in grado di svolgere compiti professionali nei media, nella pubblica amministrazione, nei diversi apparati dell'industria culturale e nel settore aziendale, dei servizi e dei consumi; devono possedere competenze di base della comunicazione e dell'informazione, comprese quelle relative alle nuove tecnologie, e le abilità necessarie



allo svolgimento di attività di relazione con il pubblico in aziende private, negli enti pubblici e del non profit. Dunque gli ambiti occupazionali di Scienze della Comunicazione racchiudono il mondo del giornalismo, dell'industria culturale, della comunicazione e dell'educazione digitale, della ricerca applicata ai media, della comunicazione di impresa, del marketing e della pubblicità.

SBocchi OCCUPAZIONALI

Sbocchi Occupazionali.

Alla luce della centralità assunta oggi dalla comunicazione, gli ambiti professionali sono vasti: la gestione della comunicazione aziendale interna e esterna, con particolare attenzione alle strategie pubblicitarie, analisi di mercato, la gestione dei sistemi informativi ed editoriali, la strutturazione di eventi comunicativi, la gestione delle relazioni con il pubblico, l'organizzazione dell'attività di un ufficio stampa, la progettazione di pacchetti multimediali nell'ambito artistico e musicale, la valorizzazione del territorio e del patrimonio monumentale. Sempre più ricercate le figure professionali che provengono dal mondo della comunicazione che sono in grado di combinare conoscenze umanistiche con le nuove tecnologie, in particolare per il marketing e la comunicazione online.

PROFESSIONI

Professioni

Addetto alla comunicazione interna, comunicatore pubblico, comunicatrice pubblica, copywriter, direttore/direttrice di produzione, informatore turistico, informatrice turistica, operatore culturale, organizzatore eventi, addetto alle pubbliche relazioni, videomaker, addetto al marketing e alla comunicazione, copyright, pubblicitario, esperto dell'e-learning e della media education, addetto stampa, tecnico dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva e cinematografica, editor, social media manager, esperto di servizi culturali, comunicatore multimediale, esperto in organizzazione di fiere, convegni ed eventi culturali, esperto di digital media, web marketing, storico della comunicazione.



COSA SI STUDIA?

MATERIE DI STUDIO

Ecco quali sono le materie di studio del corso:



Materie di studio L20 Scienze della Comunicazione

Filosofia e teoria dei linguaggi, filosofia della comunicazione artistica informatica, storia dell'estetica, tecnica, storia e linguaggio dei mezzi audiovisivi, sociologia della comunicazione e dell'informazione, sociologia generale, analisi del linguaggio politico, comunicazione giornalistica, diritto industriale e diritto d'autore, antropologia delle istituzioni, comunicazione, storia contemporanea, linguistica, semiotica dei media, semiologia del cinema.



DOVE SI STUDIA?

ELENCO DEGLI ISTITUTI

L20 SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

Università degli studi di Bari A. Moro

Dipartimento di Scienze della formazione,
psicologia, comunicazione
Scienze della comunicazione

Università degli studi di Bergamo

Dipartimento di lettere, filosofia, comunicazione
Scienze della comunicazione

Università degli studi di Bologna Alma Mater

Dipartimento di filosofia e comunicazione
Scienze della comunicazione

Libera Università di Bolzano

Facoltà di scienze della formazione
Scienze della comunicazione e cultura,
Bressanone

Università degli studi di Cagliari

Dipartimento di pedagogia, psicologia, filosofia
Scienze della comunicazione
Dipartimento di lettere, lingue e beni culturali
Lingue e comunicazione

Università della Calabria

Dipartimento di studi umanistici
Comunicazione e DAMS, Rende

Università degli studi di Catania

Dipartimento di scienze umanistiche
Scienze e lingue per la comunicazione

Università degli studi di Ferrara

Dipartimento di studi umanistici
Scienze e tecnologie della comunicazione

Università degli studi di Firenze

Dipartimento di lettere e filosofia
Scienze umanistiche per la comunicazione



Università degli studi di Genova

Dipartimento di scienze della formazione Scienze
della comunicazione, Savona

Università degli Studi dell'Insubria Varese-Como

Dipartimento di scienze umane e dell'innovazione del
territorio
Scienze della comunicazione, Varese

Università degli studi di Macerata

Dipartimento di Scienze politiche, della comunica-
zione e delle relazioni internazionali Scienze della
comunicazione

Università degli studi di Messina

Dipartimento di civiltà antiche e moderne Scienze
dell'informazione: comunicazione pubblica e tecniche
giornalistiche
Dipartimento di scienze cognitive, psicologiche, peda-
gogiche e degli studi culturali
Scienze della formazione e della comunicazio-ne,
Messina e Noto

Università Cattolica del Sacro Cuore

Facoltà di scienze politiche e sociali Comunicazione
e società
Facoltà di lettere e filosofia
Linguaggi dei media

Università degli studi di Milano Bicocca

Dipartimento di scienze umane per la formazione
Comunicazione interculturale
Dipartimento di psicologia
Scienze psicosociali della comunicazione

Università degli studi di Milano

Dipartimento di scienze sociali e politiche Comunica-
zione e società

Dipartimento di studi storici
Scienze umanistiche per la comunicazione

Libera Università di lingue e comunicazione IULM
Facoltà di Comunicazione
Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche
Comunicazione, media e pubblicità
Corporate Communication and public relations

Università degli studi di Modena e Reggio Emilia
Dipartimento di comunicazione ed economia
Scienze della comunicazione

Università degli studi del Molise
Dipartimento di scienze umanistiche, sociali e della formazione
Scienze della comunicazione, Campobasso

Università degli studi di Napoli Suor Orsola Benincasa
Dipartimento di scienze formative, psicologiche e della comunicazione
Scienze della comunicazione

Università degli studi di Padova
Dipartimento filosofia, sociologia, pedagogia e psicologia applicata
Comunicazione

Università degli studi di Palermo
Dipartimento di culture e società
Scienze della Comunicazione per le Culture e le Arti
Scienze della comunicazione per i Media e le Istituzioni

Università degli studi di Parma
Dipartimento delle discipline umanistiche sociali e delle imprese culturali
Comunicazione e Media Contemporanei per le Industrie Creative

Università degli studi di Pavia
Dipartimento scienze sociali e politiche
Comunicazione, innovazione, multimedialità

Università degli studi di Perugia

Dipartimento scienze sociali e politiche
Comunicazione internazionale e pubblicitaria

Università degli studi di Pisa
Dipartimento di civiltà e forme del sapere
Discipline dello Spettacolo e della Comunicazione

Sapienza Università di Roma
Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale
Comunicazione pubblica e d'impresa
Comunicazione, tecnologie e culture digitali

Università degli studi di Roma Tor Vergata
Dipartimento di Storia, patrimonio culturale, formazione e società
Scienze della comunicazione

Università degli studi di Roma Tre
Dipartimento di filosofia, comunicazione e spettacolo
Scienze della comunicazione

Link Campus University
Scuola d'Ateneo per le attività didattiche
Innovative Technologies for Digital Communication

Libera Università degli studi "Maria SS.Assunta" - LUMSA
Dipartimento di scienze umane, comunicazione, formazione e psicologia
Scienze della comunicazione, Marketing e digital media

Università degli studi del Salento
Dipartimento di studi umanistici
Scienze della comunicazione

Università degli studi di Salerno
Dipartimento di scienze politiche e della comunicazione
Scienze della comunicazione, Fisciano

Università degli studi di Sassari
Dipartimento di storia, scienze dell'uomo e della formazione
Comunicazione pubblica e professioni

dell'informazione

Università degli studi di Siena

Dipartimento di scienze sociali, politiche e cognitive
Scienze della comunicazione

Università Telematica E-Campus

Facoltà di giurisprudenza
Scienze della comunicazione, Novedrate

Università Telematica Internazionale Uninettuno

Facoltà di scienze della comunicazione
Scienze della comunicazione

Università Telematica degli studi IUL

Comunicazione innovativa, multimediale e digitale,
Firenze

UNICUSANO Università degli studi Niccolò Cusano - Telematica Roma

Comunicazione digitale e social media, Roma

Università Telematica Universitas Mercatorum

Comunicazione e Multimedialità

Università degli studi di Teramo

Facoltà di scienze della comunicazione
Scienze della comunicazione

Università degli studi di Torino

Dipartimento di culture, politica e società
Comunicazione interculturale
Innovazione sociale, comunicazione, nuove tecnologie
Dipartimento di studi umanistici
Scienze della comunicazione

Università degli studi di Trento

Dipartimento di psicologia e scienze cognitive
Interfacce e tecnologie della comunicazione,
Rovereto

Università degli studi della Tuscia

Dipartimento di scienze umanistiche, della comunicazione e del turismo
Comunicazione, tecnologie e culture digitali

Università degli studi di Udine

Dipartimento di lingue e letterature,
comunicazione, formazione e società
Relazioni pubbliche, Gorizia
Dipartimento di scienze matematiche,
informatiche e fisiche
Scienze e tecnologie multimediali sede di
Pordenone

Università degli studi di Urbino Carlo Bo

Dipartimento di scienze della comunicazione,
studi umanistici e internazionali
Informazione, media, pubblicità

Università degli studi di Verona

Dipartimento di culture e società
Scienze della comunicazione

UNIVERSITÀ ED ENTI PRESENTI NELLA GUIDA

NABA, Nuova Accademia di Belle Arti - Campus di Milano e Roma

Trienni in Graphic Design e Art Direction, Design,
Fashion Design, Cinema e Animazione, Creative
Technologies, Scenografia, Pittura e Arti Visive

PARLA LA STUDENTESSA

MARICA ACAMPA

Università degli Studi di Napoli Federico II
Corso triennale in: "Culture digitali e della comunicazione."



Quali sono state le motivazioni che ti hanno portato a scegliere questo corso di laurea?

Prima di iscrivermi a questo corso di laurea, avevo scelto una strada totalmente diversa e con molta incertezza: mi ero iscritta ad un corso di ingegneria. Avevo voglia di misurarmi con qualcosa di diverso e ho imboccato una strada che, fino a quel momento, non avevo mai preso in considerazione. Ma un po' per le materie e un po' perché non ero in grado di esprimere me stessa al 100%, ho voluto cambiare, e ho iniziato ad informarmi seriamente su quello che c'era lì fuori e che mi avrebbe fatto dire: "sì, a lavorare in quest'ambito, mi ci vedo totalmente." Mi sono soffermata sulle materie previste da studiare, e su quello che appunto, da una prospettiva lavorativa, questo corso avrebbe potuto offrirmi, e non ho avuto nessun dubbio.

Durante il percorso ti sei dovuta confrontare con materie che non avevi previsto?

Fino a questo momento, no. Ho tenuto conto dell'intero percorso di studio, proprio per non avere brutte sorprese (cosa che non avevo fatto in precedenza con l'altro percorso), però devo dire che comunque di determinate materie non mi aspettavo la modalità con cui sarebbero stati trattati alcuni argomenti e sinceramente mi hanno piacevolmente colpita. Questo perché, alcuni corsi, sono incentrati anche sull'aspetto pratico della disciplina, che personalmente reputo molto utile, soprattutto per un'eventuale esperienza lavorativa.

Conosci gli ambiti occupazionali che ti si prospetteranno dopo la laurea?

Certo! È la prima cosa su cui ci si dovrebbe informare bene prima di iscriversi ad un corso di laurea. Essenzialmente, "Culture digitali e della Comunicazione" offre l'opportunità di divenire ricercatori per raccolta e analisi dei dati soprattutto, nell'ambiente digitale, con particolare attenzione alla comunicazione digitale e al marketing.

Ci sono delle difficoltà che vorresti evidenziare rispetto la didattica?

Le lezioni e il materiale per studiare sono entrambi funzionali: certo, qualche difficoltà è inevitabile trovarla, soprattutto all'inizio che si è sempre un po' disorientati su come funzionino le cose, ma una volta entrati nel vivo dei corsi, essersi adattati alle nuove tempistiche e modalità di studio, è facile stare a proprio agio.

Che consiglio daresti ad una matricola?

Ad una matricola direi di viverla l'università per quello che è: un'esperienza di vita. È una tappa importante che va presa con la giusta serietà ma anche con una buona dose di serenità; bisogna lasciarsi alle spalle le insicurezze perché, se ognuno di loro è stato in grado di arrivare fin qui, lo devono a loro stessi. I momenti di sconforto ci saranno eccome, ma non devono essere motivo di denigrazione verso sé stessi, anzi, devono essere visti come un'opportunità: l'opportunità di mostrare a sé stessi, che nonostante tutto, si è più forti di prima.



LUMSA
UNIVERSITÀ

WWW.LUMSA.IT



Scienze della comunicazione, marketing e digital media

Comunicazione digitale e marketing

OPEN DAY

ROMA

13 Luglio 2024 – ore 9.30

PALERMO

13 Luglio 2024 – ore 9.30

7 Settembre 2024 – ore 9.30

REGISTRATI SU WWW.LUMSA.IT

PARLA LA DOCENTE

CLAUDIA GINA HASSAN

Professoressa associata, insegna Sociologia dei processi culturali e comunicativi, Sociologia della Comunicazione e Sociologia Generale all'Università degli studi di Roma Tor Vergata.



Quali sono i requisiti in entrata richiesti per il Corso di laurea in Scienze della Comunicazione?

Il corso di laurea di scienze della Comunicazione dell'università di Tor Vergata non ha numero chiuso. Tuttavia, teniamo molto alla qualità e quindi gli studenti devono fare un test d'ingresso con il quale valutiamo il livello di base.

Quindi, per accedere, gli studenti devono possedere un diploma di scuola superiore e una buona conoscenza della lingua italiana.

Quali sono gli sbocchi lavorativi una volta laureati?

I nostri studenti, che seguiamo anche dopo la laurea, lavorano nella comunicazione, in aziende che si occupano dei social e della rete, nella pubblica amministrazione, nel giornalismo, nella pubblicità e in tanti altri settori. Come sappiamo la comunicazione è richiesta in molti settori.

Cosa caratterizza questa tipologia di corso di studi?

Il nostro corso di studi dà una formazione di base piuttosto solida e offre una serie di insegnamenti pratici offerti da professionisti del settore. Ci sono giornalisti, ingegneri informatici per i siti, pubblicitari e poi anche professionisti nei laboratori scolastici. Inoltre offriamo dei tirocini svolti presso aziende di settore o nelle varie sezioni di comunicazione.

Molti maturandi sono indecisi sulla scelta del percorso da seguire, lei come ha affrontato questa decisione?

Ricordo che la scelta non è stata così semplice, ma mi sono subito innamorata delle materie che studiavo anche di quelle più lontane dai miei più diretti interessi.

Quale consiglio darebbe alle future matricole?

Credo che gli studenti debbano seguire la propria vocazione. È un momento formativo importante quello dell'università. In particolare è tradizione del nostro Corso di laurea e in generale di tutta l'Università di Tor Vergata seguire gli studenti e supportarli in ogni fase del loro percorso. Il rapporto anche numerico docenti/studenti favorisce questo scambio fecondo.

LE PROFESSIONI DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE



Ecco alcune delle professioni legate alla facoltà, ti consigliamo di approfondirne lo studio per capire se è il tipo di lavoro o professione che si adatta alle tue caratteristiche, alle tue aspettative.

Web Marketing manager

Il Web Marketing Manager crea e realizza strategie di marketing sul web al fine di implementare le vendite, quindi il fatturato e il successo commerciale di un'azienda. In prima battuta, deve studiare con grande attenzione il mercato di riferimento attraverso ricerche di mercato che permettono di analizzare il settore di riferimento e le attività della concorrenza. Inoltre deve saper studiare i diversi comportamenti dei clienti, di quelli abituali e di quelli da acquisire. Progetta e realizza un piano di pubblicità online, che in genere prevede l'utilizzo di diversi canali di marketing coordinati tra loro.

Copywriter

Il Copywriter è solitamente inserito nel contesto creativo del settore marketing, in particolare il suo compito è quello di redigere testi coinvolgenti e accattivanti per il target di riferimento.

Si definisce copy una tipologia testuale costruita in maniera tale da influenzare il lettore e di conseguenza, il suo comportamento, magari l'acquisto di un certo prodotto. Per questo le tematiche da sviluppare per redigere un testo possono essere di varia natura a seconda dei settori merceologici di riferimento. Si possono creare e sviluppare testi per campagne pubblicitarie, testi per siti web, per blog, per guide, per newsletter, costruire post sui social networks. Il Copywriter si occupa quindi di produrre i contenuti necessari in modo rapido ed efficiente, assicurando la qualità e la correttezza formale del testo scritto. Al di là di ortografia e grammatica però, un buon Copywriter conosce e sa sfruttare il potere delle parole per motivare gli utenti e spingere all'azione. Essendo un esperto conoscitore della lingua, è in grado di preparare testi adatti ad ogni tipo di media, modificando il linguaggio in riferimento ai diversi canali di comunicazione - stampa, web, radio, televisione.

Videomaker

Da quando l'intrattenimento passa anche, e soprattutto, dal web e attraverso i social network molte aziende stanno scegliendo il web come mezzo di diffusione pubblicitaria. Dunque, nasce l'esigenza di catturare l'attenzione degli utenti che sempre più costantemente si trovano su internet con immagini, video brevi e spot creati per essere virali in rete. Pertanto la professione del Videomaker rappresenta uno sbocco in linea con i tempi. Il suo compito è quello di occuparsi del montaggio, sovente anche della sceneggiatura, delle riprese, fatte sul campo. Si tratta in verità di veri e propri progetti editoriali da indirizzare al web.

Comunicatore multimediale

Il comunicatore multimediale è un professionista della comunicazione che sa gestire i contenuti in relazione alla forma di linguaggio proprie del web. Secondo i codici comunicativi più moderni e sofisticati realizza spazi di comunicazione promozionali nell'ambito professionale in cui specificatamente opera. Pertanto un tratto distintivo è la trasversalità e la multidisciplinarietà che sa carpire le esigenze del committente e tradurle in una campagna di comunicazione integrata con le più moderne tecnologie relative alla stampa, al video e al web.

Curator manager

Il Content Curator seleziona notizie scritte da altri - giornalisti, blogger, ecc. - su un determinato argomento per riproporle contestualizzate con un commento ragionato sul canale proprietario. L'attività del Content Curator parte da una mappatura e selezione delle fonti sull'argomento di interesse, una selezione dei tool principali per poterle mappare e l'aggregazione delle news selezionate su un canale accompagnate da un commento sintetico e ragionato. L'obiettivo è di diventare credibile e un punto di riferimento per gli utenti su un determinato argomento, contestualizzando e riorganizzando i contenuti nel modo più utile per soddisfare le loro esigenze di informazione. Lavora per agenzie di comunicazione i cui clienti sono principalmente aziende. Il percorso è trasversale, si può iniziare come community manager, diventando successivamente strategist. Il ruolo maggiore che avrà un curator manager è "rilevare e rivelare" la notizia, contestualizzandola per un determinato target, così da soddisfare un bisogno effettivo o latente. In questo modo, la notizia raggiungerà le sue massime potenzialità ed il suo massimo valore.

Content manager

Il content manager si occupa di ideare, pianificare e gestire contenuti destinati a diversi media online. Da una fanpage alla linea editoriale di un Blog, dallo script di un video per YouTube ad una campagna pubblicitaria su Facebook, da un'applicazione per un concorso ad una cartella stampa. Si tratta, pertanto, di contenuti veicolabili sul web e, nella maggior parte dei casi, comunica attraverso parole ed immagini. Il suo lavoro è caratterizzato da una forte creatività che lo orienta a trasformare un'idea in un prodotto media che possiede delle caratteristiche tecniche specifiche e dei linguaggi adeguati ai bisogni del cliente e alle aspettative del target di riferimento. Spesso, si trova nella situazione di dover quantificare e valorizzare direttamente la qualità dei contenuti e delle scelte linguistiche in base ai media utilizzati ed di dover fornire report che si basano in prevalenza su variabili di marketing e di traffico, che non sempre sono indicatori adatti della qualità di un contenuto. Infatti, la cura della scrittura, a volte elemento che si trascurava nel mondo digitale.



Orientamento | Università | Lavoro | Estero | Fare impresa

9/11 OTTOBRE
2024

R O M A

XVI edizione

www.younginternationalforum.com

LE 8 SKILLS CHIAVE

ECCO COSA CI SERVE PER CRESCERE E VIVERE IN ARMONIA

Vivere bene, avere buone relazioni, un equilibrio personale, un lavoro che ci soddisfa è senz'altro questione di competenze. Diamo spesso per scontato la loro conoscenza, ma non è così. Apprendiamole, ma soprattutto ricordiamoci che una competenza non è per sempre. Vanno allenate tutta la vita.

Il termine competenza indica un insieme ben strutturato di conoscenze, abilità e attitudini. Uno studente o una studentessa competente sa fare con ciò che sa, sa cioè mobilitare in maniera autonoma e consapevole sapere, saper fare e saper essere per affrontare un determinato compito; dunque sa agire in contesti di studio e lavoro.

COMPETENZA ALFABETICA FUNZIONALE

1

La capacità di comprendere, esprimere, creare e interpretare concetti, sentimenti, fatti e opinioni, in forma sia orale sia scritta, utilizzando materiali visivi, sonori e digitali attingendo a varie discipline e contesti. Essa comprende il pensiero critico e la capacità di valutare informazioni e di servirsene.

A seconda del contesto, la competenza alfabetica funzionale può essere sviluppata nella lingua madre, nella lingua dell'istruzione scolastica e/o nella lingua ufficiale di un paese o di una regione.

COMPETENZA ALFABETICA FUNZIONALE

2

La capacità di utilizzare diverse lingue in modo appropriato ed efficace allo scopo di comunicare. Comprende la capacità di comprendere, esprimere concetti, pensieri, sentimenti, fatti e opinioni in forma sia orale sia scritta in maniera appropriata ai contesti sociali e culturali.



COMPETENZA MATEMATICA E COMPETENZA IN SCIENZE, TECNOLOGIE E INGEGNERIA

3

La competenza matematica

La capacità di sviluppare e applicare il pensiero e la comprensione matematici per risolvere i problemi nel quotidiano. Si tratta di una solida padronanza della competenza aritmetico matematica che pone l'accento sugli aspetti del processo e dell'attività oltre che sulla conoscenza. Quindi comporta la capacità di usare modelli matematici di pensiero e di presentazione (formule, modelli, costrutti, grafici, diagrammi).

La competenza in scienze

La capacità di spiegare il mondo usando l'insieme delle conoscenze e delle metodologie, comprese l'osservazione e la sperimentazione, per identificare le problematiche e trarre conclusioni basate su fatti empirici.

Le competenze in tecnologie e ingegneria

Sono applicazioni di tali conoscenze e metodologie per dare risposta ai desideri o ai bisogni avvertiti dagli esseri umani.

COMPETENZA DIGITALE

4

Presuppone l'interesse per le tecnologie digitali e il loro utilizzo con dimestichezza e spirito critico per apprendere, lavorare e partecipare alla società. Comprende l'alfabetizzazione informatica e digitale, la comunicazione e la collaborazione, la creazione di contenuti digitali, la sicurezza (cybersicurezza), la risoluzione di problemi e il pensiero critico.

LA COMPETENZA PERSONALE, SOCIALE E LA CAPACITÀ DI IMPARARE A IMPARARE

5

La capacità di utilizzare diverse lingue in modo appropriato ed efficace allo scopo di comunicare. Comprende la capacità di comprendere, esprimere concetti, pensieri, sentimenti, fatti e opinioni in forma sia orale sia scritta in maniera appropriata ai contesti sociali e culturali.

COMPETENZA IN MATERIA DI CITTADINANZA

6

La capacità di agire da cittadini responsabili e di partecipare pienamente alla vita civica e sociale, in base alla comprensione delle strutture e dei concetti sociali, economici, giuridici e politici oltre che dell'evoluzione a livello globale e della sostenibilità.

COMPETENZA IMPRENDITORIALE

7

La capacità di agire sulla base di idee e opportunità e di trasformarle in valori per gli altri. Si fonda sulla creatività, sul pensiero critico e sulla risoluzione di problemi, sull'iniziativa e sulla perseveranza, sulla capacità di lavorare in modalità collaborativa per realizzare progetti.

COMPETENZA IN MATERIA DI CONSAPEVOLEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALI

8

La comprensione e il rispetto di come le idee e i significati vengano espressi creativamente e comunicati in diverse culture e tramite una serie di modi e contesti.



#giovani
#scuola
#università
#lavoro



ORIENTASUD
your.future.is.you

your.
future.
is.you

**6/8 NOVEMBRE
2024**

N A P O L I

XXV EDIZIONE

www.orientasud.it