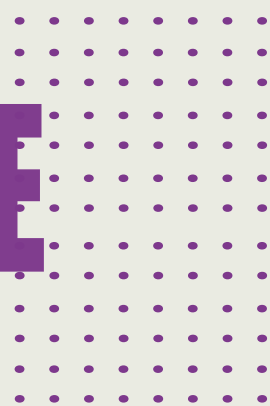


SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE



COSA SI STUDIA



DOVE SI STUDIA



SBOCCHI PROFESSIONALI



INTERVISTE A STUDENTI,
DOCENTI ED ESPERTI



NABA

NUOVA ACCADEMIA
DI BELLE ARTI

INTERNATIONAL ACADEMY
OF ART & DESIGN

MILANO | ROMA | LONDRA ^{NEW!} 2026

N.1 Accademia di Belle Arti italiana al mondo
Top 50 QS World University Rankings® by
Subject Art & Design 2026

TRIENNI

Comics and Visual Storytelling

Graphic Design e Art Direction
BRAND DESIGN | CREATIVE DIRECTION |
VISUAL DESIGN

Marketing and Management
per l'Impresa Creativa
- Empowering AI ^{NEW!}

Design
INTERIOR DESIGN | PRODUCT DESIGN |
PRODUCT AND INNOVATION DESIGN

Fashion Design
FASHION DESIGN | FASHION STYLING
AND COMMUNICATION

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

7 luglio MILANO - ROMA

8 luglio **ONLINE**

Registrati qui



CONTATTI

T 02 97372106

E orientamento@naba.it

www.naba.it



MADE IN NABA®

L'EDITORIALE

di **MARIANO BERRIOLA**

Direttore Corriere dell'Università, CorriereUniv.it



PRENDETEVI IL TEMPO PER SCEGLIERE E CAPIRE QUELLO CHE PIÙ VI PIACE E VI PREPARA A REALIZZARE I VOSTRI SOGNI.

Cari ragazzi,

anche quest'anno abbiamo preparato le miniguide di orientamento per tutti quelli che hanno l'intenzione, come mi auguro, di proseguire gli studi dopo il diploma. 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 a leggere ed elaborare le informazioni e i consigli del caso, per arrivare ad una scelta possibilmente "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 conse-

guire un titolo di laurea: una percentuale ancora molto bassa nel nostro Paese. Nelle guide trovate tante interviste 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 il relativo ateneo, è quello di fare tantissime domande alle persone che vivono quelle facoltà, quel mondo, quelle professioni. Solo così capirete se quel percorso fa per voi, se risponde alle vostre aspettative, ai vostri desideri, alle vostre ambizioni e alle vostre attitudini. Utilizzate l'estate dopo la maturità, intanto per divertirvi, quello è scontato, ma anche per esplorare i contesti nei quali pensate di investire tanti anni della vostra vita. 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 traghetta verso la vostra meta. 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

LE MINI GUIDE

SOMMARIO

- 3 L'EDITORIALE
- 5 UNIVERSIMONDO
- 15 I PASSI DELLA SCELTA
- 17 FOCUS ON
 - OBIETTIVI FORMATIVI
 - SBOCCHI OCCUPAZIONALI
 - DOVE SI STUDIA
- 25 PARLA LO STUDENTE
- 27 PARLA LA DOCENTE
- 29 LE PROFESSIONI
- 31 LE 8 SKILLS CHIAVE

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

GRAFICA E IMPAGINAZIONE

A cura di Valeria De Magistris

EDIZIONE 2026

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.

Ad ogni esame superato corrisponde un numero di crediti (3, 6, 9 ..) che si andranno a sommare per il conseguimento del titolo 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.

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 punti 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.



FACOLTÀ DI CREARE

Fashion &
Communication
School

Corsi di Laurea

**Fashion
Design**

**Communication
Design**

Percorsi di Alta Formazione
riconosciuti dal MUR,
con rilascio di Diplomi
accademici di 1° livello

**Diamo futuro
alle tue idee**



Scopri il prossimo

**OPEN
DAY**



ATENEEO

ATENEEO 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

Test di verifica delle conoscenze

- La verifica delle conoscenze non è selettiva e non impedisce l'iscrizione al corso di laurea.
-
- Serve come strumento di autovalutazione per conoscere il proprio livello di preparazione in alcune materie di base (come matematica, logica, italiano, ecc.) e per affrontare con maggiore consapevolezza l'inizio del percorso universitario. In alcuni atenei, se il risultato è insufficiente, vengono assegnati OFA (Obblighi Formativi Aggiuntivi) da recuperare entro il primo anno.

Test d'ingresso nazionale

Tra i corsi che prevedono ancora prove di accesso programmate a livello nazionale o locale rientrano:

- Medicina in lingua inglese (IMAI)
- Medicina Veterinaria
- Professioni Sanitarie (Infermieristica, Fisioterapia, ecc.)
- Scienze della Formazione Primaria
- Architettura
-
- Questi corsi prevedono ancora un test a risposta multipla organizzato dal MUR, con un bando nazionale che stabilisce contenuti, date e posti disponibili.

Dal 2025/2026, il tradizionale test d'ingresso per i corsi statali in lingua italiana è stato sostituito da un "semestre aperto" (o semestre filtro).

- Tutti gli studenti possono iscriversi e frequentare il primo semestre.
- Al termine, si sostengono esami standardizzati a livello nazionale.
- Sulla base dei risultati viene formata una graduatoria nazionale di merito per l'accesso al secondo semestre.
- Chi non rientra nella graduatoria utile può proseguire in corsi affini dell'area biomedica, sanitaria o veterinaria, con riconoscimento dei CFU secondo le modalità previste dagli atenei.



Test d'ingresso locale

Alcuni corsi di laurea non sono regolati a livello nazionale ma possono comunque essere a numero programmato su decisione del singolo ateneo. In questi casi:

- l'università stabilisce un numero massimo di iscritti;
- organizza una propria prova di ammissione;
- pubblica una graduatoria interna di ammessi e non ammessi.

Tra i corsi che possono prevedere un accesso programmato locale rientrano, ad esempio:

- Psicologia
- Scienze Motorie
- Biotecnologie
- Comunicazione
- Scienze dell'Educazione

È importante consultare il sito dell'ateneo e leggere il bando di ammissione.

Test di Ammissione di Architettura

Le modalità di accesso ai corsi di laurea in Architettura sono definite autonomamente dai singoli atenei, nel rispetto delle indicazioni ministeriali.

Molte università utilizzano oggi il TOLC-Architettura del CISIA, mentre altre possono prevedere prove organizzate internamente. Date, modalità di svolgimento e criteri di selezione vengono pubblicati nei bandi dei singoli atenei.

Le modalità della prova, il numero dei quesiti e i tempi di svolgimento possono variare da università a università. È quindi fondamentale consultare attentamente il bando di ammissione del corso scelto.

Bando di ammissione, la Bibbia di ogni futura matricola

Il bando di ammissione è il documento ufficiale pubblicato dall'università che contiene tutte le informazioni necessarie per partecipare correttamente alle procedure di accesso ai corsi di laurea.

Nel bando sono indicati:

- requisiti di accesso;
- date e modalità di iscrizione;
- struttura delle prove;
- scadenze;
- criteri di graduatoria;
- eventuali documenti richiesti.

Leggere il bando è fondamentale per evitare errori durante l'iscrizione.

Accesso Cisia

Molti corsi di laurea utilizzano oggi i test CISIA/TOLC per la verifica delle conoscenze e per l'accesso ai corsi a numero programmato. Le università che aderiscono al progetto fanno riferimento al CISIA (Consorzio Interuniversitario Sistemi Integrati per l'Accesso).

Per i corsi di laurea ad accesso programmato è generalmente necessario sostenere un test valido per la graduatoria dell'ateneo scelto. Per le prove non selettive è spesso possibile sostenere il TOLC in presenza oppure online, secondo le modalità previste dal CISIA e dai singoli atenei.

Le sessioni vengono organizzate durante l'anno secondo il calendario pubblicato dal CISIA e dalle università.

Per maggiori informazioni visitare il sito www.cisia-online.it



ATTENZIONE!

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





LUMSA
UNIVERSITÀ

OPEN DAY

Roma e Palermo

GIOVEDÌ 9 LUGLIO, ORE 9.30

LAUREA TRIENNALE

Scienze della comunicazione,
marketing e digital media

Comunicazione digitale e
marketing

Registrati su lumsa.it



Open Day

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 **Erasmus 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

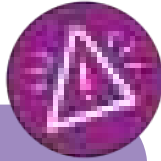
Il progetto Erasmus (European Region Action Scheme for the Mobility of University Student), nato nel 1987, consente agli studenti e alle studentesse che frequentano l'università di proseguire il percorso di studi fuori dai confini nazionali per un periodo variabile dai 3 ai 12 mesi. Si tratta di una 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.





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.

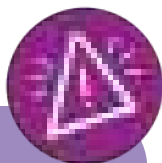
Essenziale diviene, l'osservazione, la lettura di guide, di siti, di riviste, insomma ogni elemento di conoscenza e di esperienza è un tassello in più per elaborare il proprio progetto.

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

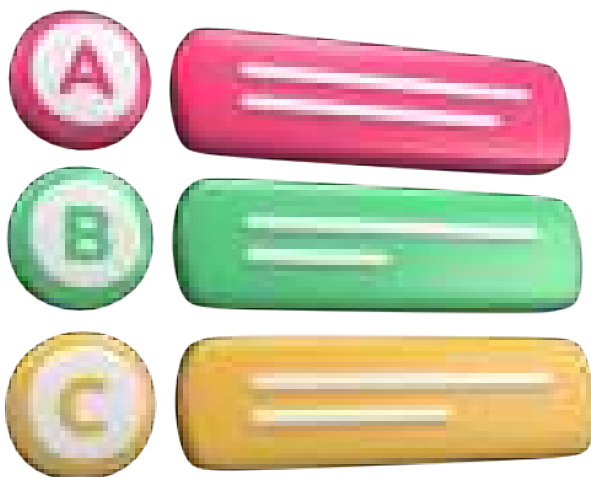
Dubitare humanum est, dicevano i latini.

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.





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI

LINK

**IL PRESENTE ABBRACCIA
IL FUTURO**

AREE DI STUDIO

- › Medica e Odontoiatrica
- › Sanitaria
- › Formazione Primaria
- › Economia e Management
- › Comunicazione e DAMS
- › Ingegneria
- › Politica e Sicurezza
- › Giuridica

SEDI

- | | | |
|--------------------------|------------------|-----------------|
| LAZIO | CAMPANIA | MARCHE |
| › Roma | › Napoli | › Fano |
| UMBRIA | LOMBARDIA | › Macerata |
| › Città di Castello (PG) | › Novedrate (CO) | › Ascoli Piceno |
-

Per info e iscrizioni unilink.it



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

Università degli Studi LINK
Dipartimento di Scienze Umane
Innovative Technologies for Digital Communication,
Roma

**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

Dipartimento di Scienze Umane e Sociali
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

ENTI PRESENTI NELLA GUIDA

NABA, Nuova Accademia di Belle Arti

Campus di Milano, Roma e dall'A.A. 2026/27 di Londra
Trienni in:

Comics and Visual Storytelling, Graphic Design e
Art Direction, Marketing and Management per
l'Impresa Creativa - Empowering AI (New!), Design,
Fashion Design, Fashion Marketing Management,
Cinema e Animazione, Creative Technologies,
Scenografia, Pittura e Arti Visive



ECAMPUS
UNIVERSITÀ



ECAMPUS L'UNIVERSITÀ ONLINE CHE NON TI ASPETTI

Orientamento

**Lezioni online
sempre disponibili**

**Possibilità
di Tutor personale**

**Tirocini e stage
per entrare subito
in contatto con il mon-
do del lavoro**

Sedi in tutta Italia

Iscrizioni sempre aperte

Info su uniecampus.it | 800 410 300

uniecampus.it

PARLA LA STUDENTESSA

AURORA PIETRUNTI

Studentessa di Scienze della comunicazione, Sapienza Università di Roma.



Com'è organizzata la tua vita da studentessa?

Dipende dal periodo.

Durante le lezioni seguo solo le lezioni o al massimo studio di pomeriggio per qualche eventuale esonero.

Nei periodi in cui ci sono gli esami, quando mi sento un po' più sotto pressione, studio di più. In ogni caso direi che non supero le sei o sette ore al giorno.

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

Inizialmente avevo altri obiettivi ed l'ho scelto un po' all'ultimo momento. Ora sono al secondo anno e in realtà mi sta inte-

ressando molto perché studiamo vari argomenti diversi che vengono affrontati da più punti di vista.

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

Sì, lo sto facendo proprio ora: analisi dei dati che è simile a statistica.

Quali sono secondo te le prospettive di lavoro per un laureato in scienze della comunicazione?

Tanti sbocchi perché è un corso molto vario. Magari infatti qualcuno sceglie questo corso proprio per-



ché non gli è chiaro cosa vorrebbe fare da grande, e man mano può capire studiando quali sono i suoi interessi.

Ci sono delle difficoltà che vorresti evidenziare rispetto alla didattica?

In realtà no perché qui in università mi trovo molto bene, i professori sono molto buoni.

Che consiglio daresti a un ragazzo o una ragazza che vuole intraprendere il tuo stesso percorso di studi?

Forse dato che è una facoltà un po' svalutata rispetto alle altre, di non ascoltare quelle voci che sminuiscono lo studio che fai e che dicono che qui non si studia. Consiglio di non scoraggiarsi, di finirla e di sentirsi soddisfatto. Ognuno ha le proprie capacità ed è ammirabile chiunque inizi e finisca un percorso.

Rifaresti la scelta che hai fatto?

Un po' di tempo fa avrei detto di no perché volevo seguire altri interessi. Ora come ora dico di sì perché mi sono trovata molto bene.



PARLA LA DOCENTE

CLAUDIA GINA HASSAN

**Professoressa ordinaria di Sociologia della Comunicazione.
Coordinatrice del corso di Laurea in Scienze della comunicazione
dell'Università degli studi di Roma Tor Vergata**



Oggi cosa significa davvero studiare Scienze della Comunicazione?

Nel corso di laurea in Scienze della Comunicazione all'università di Tor Vergata siamo sempre stati convinti che imparare a comunicare vuol dire comprendere in profondità come si costruiscono i significati nella società contemporanea, come circolano le informazioni, come si formano opinioni e immaginari, e come funzionano tutti i media, in particolare quelli digitali dentro contesti sociali, politici ed economici complessi. Il percorso deve unire teoria e pratica, offrire strumenti critici e saper intervenire concretamente nei processi comunicativi

Quali sono le competenze chiave che uno studente o una studentessa sviluppa oggi?

Le competenze chiave che oggi si sviluppano sono ibride. Il nostro corso di laurea ha anche un indirizzo in giornalismo e proprio in questi giorni stiamo facendo una serie di workshop sull'uso dell'intelligenza artificiale in vari ambiti comunicativi. Fondamentale è la capacità di scrittura e di espressione, credo che sia un requisito della capacità di distinzione e quindi dell'intelligenza. Ma uguale importanza hanno l'analisi dei dati, la comprensione degli ecosistemi digitali, la progettazione di contenuti per piattaforme diverse, la capacità di lettura critica dei media, e le competenze relazionali. Viviamo in un mondo saturo di contenuti per questo occorre una visione e la capacità di orientarsi in questo surriscaldamento informativo.

Tecnologie come intelligenza artificiale, piattaforme digitali e algoritmi stanno cambiando il modo di studiare e fare comunicazione?

Le tecnologie stanno trasformando profondamente sia il modo di studiare sia quello di fare comunicazione. Sono degli strumenti utili, ma non sostituiscono la nostra capacità critica e creativa. Certo è un cambiamento strutturale. Ma noi oggi formiamo studenti che non siano semplici utilizzatori di tecnologie, ma che comprendano le logiche che le governano, inclusi i loro effetti sociali ed etici.

Quali sono le difficoltà più frequenti che gli studenti incontrano nei primi anni?

Noi a Tor Vergata non abbiamo il problema della massa enorme che affligge altri atenei. I problemi se si presentano e quando si presentano sono affrontati con i professori. Abbiamo degli incontri periodici per affrontare eventuali difficoltà. Siamo professori e siamo dei tutor. I ragazzi devono sviluppare autonomia nello studio, alcuni già l'hanno acquisita nella scuola altri la devono conquistare.

Come può uno studente capire se scienze della comunicazione è davvero la scelta giusta per lui o lei?

Per capire se è la scelta giusta, uno studente dovrebbe chiedersi se è curioso rispetto al mondo contemporaneo, se è interessato ai media, alla politica, alla cultura, ai linguaggi. Serve una certa apertura mentale, capacità di osservazione e voglia di interpretare la realtà, non solo di produrre contenuti. Questo è un corso adatto a chi vuole avere una visione riflessiva e critica sul mondo dei media.

Quali attitudini e interessi fanno la differenza?

Credo che il modo migliore per affrontare il percorso universitario sia quello di partecipare il più possibile non solo ai corsi ma anche ai tanti incontri che l'università propone. Ma anche gli studenti lavoratori trovano la loro strada proprio perché c'è sempre un dialogo con i professori. Come dicevo prima l'attitudine principale è a mio avviso l'apertura mentale.

Il mercato della comunicazione è cambiato molto negli ultimi anni: ci sono nuove figure professionali o competenze ibride particolarmente richieste?

Il mercato della comunicazione è cambiato profondamente. Oggi sono molto richieste figure ibride come esperti di contenuti che sappiano leggere i dati, professionisti del digitale con competenze strategiche, specialisti in comunicazione istituzionale e pubblica, figure legate alla gestione delle piattaforme e delle community, ma anche profili legati all'etica e alla governance dell'informazione. La capacità di integrare competenze umanistiche e digitali è sempre più decisiva.

Quanto contano esperienze pratiche come tirocini, project work, collaborazioni con aziende durante l'università?

Le esperienze pratiche sono fondamentali. I tirocini, sono parte integrante del piano di studi. Il tirocinio è a scelta dello studente in alternativa con i laboratori pratici. Anche

in questo caso il rapporto con il docente è fondamentale perché aiuta lo studente nella scelta e nella decisione.

Che ruolo hanno oggi le esperienze internazionali?

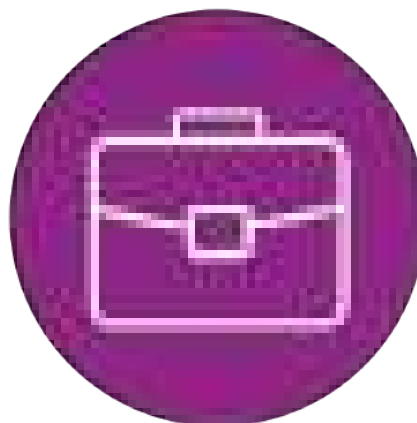
L'università di Tor Vergata in generale ha messo negli ultimi anni un impegno eccezionale nella internazionalizzazione. L'esperienza dell'Erasmus ha oggi un ruolo centrale, non accessorio, tanto più nel campo della comunicazione.

Trascorrere un periodo all'estero, partecipare a programmi di scambio, seguire corsi in lingua o confrontarsi con studenti di altri paesi significa sviluppare competenze che difficilmente si acquisiscono restando in un solo contesto: adattabilità, consapevolezza interculturale, capacità di leggere pubblici diversi. Credo che sia una leva di crescita non solo personale ma anche professionale. Tuttavia credo che vada ulteriormente implementata per quanto riguarda Scienze della Comunicazione. Trovo che tanti nostri studenti ancora non ne colgano l'importanza avendo paura di un rallentamento dei loro studi o altre resistenze che spesso li portano a non scegliere la sfida di un nuovo paese e una lingua diversa.

Se dovesse dare un consiglio concreto a uno studente o una studentessa delle superiori che sta valutando questo percorso, quale sarebbe?

Lo dico in poche parole: non scegliere Scienze della Comunicazione pensando che sia un percorso facile o vagamente creativo. I nostri studenti non escono con una generica capacità di saper fare qualcosa, ma consapevoli di un percorso che devono costruire con costanza e determinazione. Lo dimostra il successo di tanti nostri studenti ora assunti in aziende di comunicazione o in importanti gruppi editoriali.

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.

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.

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

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.

6 COMPETENZA IN MATERIA DI CITTADINANZA

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.

7 COMPETENZA IMPRENDITORIALE

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.

8 COMPETENZA IN MATERIA DI CONSAPEVOLEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALI

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.



**14-16
OTTOBRE**

ROMA

2026

XVIII EDIZIONE



younginternationalforum.com



[@younginternationalforum](https://www.instagram.com/younginternationalforum)



[@younginternationalforum](https://www.instagram.com/younginternationalforum)