



REGOLAMENTO DIDATTICO 2025/26

Advertising & Marketing

BACCALAUREATO
(Laurea triennale)

INDICE

ART. 1 - DEFINIZIONI

ART. 2 - AREA DI AFFERENZA DEL CORSO

Responsabile di Area di Comunicazione ed educazione
Il Consiglio di Area di Comunicazione ed educazione

ART. 3 - OBIETTIVI FORMATIVI E AMBITI OCCUPAZIONALI

Obiettivi formativi
Profilo professionale
Ambiti occupazionali

ART. 4 - STRUTTURA DEL CURRICOLO

ART. 5 - SEDE DEL CORSO

ART. 6 - ASPETTI ORGANIZZATIVI

Coordinatore di Corso
Consiglio di Corso
Commissione Riconoscimento ECTS

ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE E CRITERI DI RICONOSCIMENTO ECTS

Requisiti di ammissione
Criteri di riconoscimento ECTS
Riconoscimento di ECTS per il Servizio civile Nazionale

ART. 8 - ORGANIZZAZIONE DEL CORSO DI STUDI

Durata
Obiettivi formativi e contenuti

ART. 9 - ATTIVITÀ FORMATIVE

Tipologia delle attività formative
Modalità di svolgimento delle attività formative
Discipline culturali e laboratori

ART. 10 - CONDIZIONI MINIME DI FREQUENZA PER L'ACCESSO AGLI ESAMI

Condizione di frequenza minima per l'accesso agli esami per insegnamenti, laboratori e altre tipologie di corso
Modalità di rilevazione della frequenza
Frequenza obbligatoria del tirocinio curricolare

ART. 11 - ESONERI DALLA FREQUENZA

Esoneri dalla frequenza

ART. 12 - PIANO DI STUDI

Piano di studi
Programmi d'esame
Insegnamenti opzionali
Lingua inglese

ART. 13 - ACCERTAMENTI, PROVE DI ESAME E ACQUISIZIONE DEI CREDITI

Accertamenti
Valutazione della prova e attribuzione del voto
Valutazione del tirocinio
Valutazione corsi software

ART. 14 - MODALITÀ PER PASSAGGIO DI CORSO ALL'INTERNO DEI CURRICULA DI STUDIO IUSVE

ART. 15 - PROVA FINALE DI BACCALAUREATO

Progetto di tesi
Prova finale e titolo di Baccalaureato
Rispetto della normativa in materia di privacy e riservatezza

ART. 16 - VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DELL'ATTIVITÀ ACCADEMICA

ART. 17 - CALENDARIO DIDATTICO

ART. 18 - REGOLAMENTO DEL TIROCINIO CURRICULARE

ART. 19 - APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO, SUE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

ART. 20 - LINGUAGGIO DI GENERE

ART. 1 - DEFINIZIONI

Il presente Regolamento didattico, in coerenza con gli Statuti e l'Ordinamento degli studi e in continuità con il Regolamento Generale dello IUSVE, disciplina l'organizzazione didattica del corso del Baccalaureato in *Advertising & Marketing*, per quanto non esplicitamente previsto nei suddetti documenti, del quale costituisce specifico Regolamento particolare.

ART. 2 - AREA DI AFFERENZA DEL CORSO

Il corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è un'offerta formativa afferente all'Area di Comunicazione ed educazione retta a norma degli Statuti IUSVE, da un Responsabile di Area e da un Consiglio di Area.

1. Responsabile di Area di Comunicazione ed educazione

Come previsto dagli Statuti IUSVE (art. 11 Stat.), il Responsabile di Area è nominato dal Presidente IUSVE, su indicazione del Direttore IUSVE, sentito il Consiglio di Istituto.

Come previsto dalla prassi organizzativa IUSVE, il Responsabile di Area resta in carica un triennio.

L'attuale Responsabile di Area di Comunicazione ed educazione è la prof.ssa Michela Drusian.

2. Il Consiglio di Area di Comunicazione ed educazione

Come previsto dagli Statuti IUSVE (art. 12 Stat.), il Consiglio di Area di Comunicazione ed educazione è formato dal Responsabile di Area, dai Coordinatori dei corsi, dagli eventuali coordinatori della Ricerca e della Terza missione accademica e da eventuali Docenti e collaboratori che rivestono un incarico di responsabilità o coordinamento di settori, attività o progetti all'interno dell'Area.

Per l'a.a. 2025/26, il Consiglio di Area di Comunicazione ed educazione è composto da: Giovanna Bandiera, Chiara Bertato, Emilia Brovero, Nicolò Cappelletti, Michela Drusian, Tiziana Piccioni.

ART. 3 - OBIETTIVI FORMATIVI E AMBITI OCCUPAZIONALI

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* preparerà per una carriera afferente al campo strategico e creativo della pubblicità. Tutti i lavori pubblicitari richiedono la conoscenza dei principi fondamentali della brand building e del coinvolgimento del pubblico attraverso le piattaforme crossmediali, indipendentemente dal fatto che il brand sia un prodotto, un servizio, una celebrità, una nazione o una causa.

Il creativo pubblicitario è la figura professionale di riferimento per il Baccalaureato in *Advertising & Marketing*.

1. Obiettivi formativi

Il corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* intende realizzare i seguenti obiettivi formativi:

- preparare le figure professionali del pubblicitario e dell'esperto di marketing oggi richieste in grado di essere da stimolo e alimento a livello culturale, pedagogico ed etico-sociale;
- conoscere, scegliere e utilizzare i linguaggi e le tecniche più idonee per assicurare una comunicazione efficace e vincente a livello pubblicitario;
- conoscenza delle dinamiche comunicative, pubblicitarie e di marketing interne ed esterne alle imprese;
- combinare funzionalmente la dimensione della creatività, del senso e del gusto del bello con le tecnologie più innovative;
- progettazione di contenuti crossmediali, prodotti per l'industria culturale e per il mondo della pubblicità;
- sviluppo e diffusione dei prodotti comunicativi attraverso diverse forme crossmediali con particolare attenzione ai linguaggi e alle tecniche sviluppati dalle nuove tecnologie (blogging, web services, social media, web site, tv digitale, advertising mobile);
- svolgere attività promozionale nel campo della comunicazione pubblicitaria e d'impresa per organizzazioni complesse attraverso forme di comunicazione cross mediale;
- armonizzare in modo sinergetico abilità, tecniche, creatività, contenuti del messaggio, logiche di marketing, nel rispetto dell'identità e della dignità della persona;
- progettare e strutturare un corretto piano di marketing strategico multiplatforma (tradizionale, crossmediale e digitale) che sia etico e socialmente responsabile.

2. Profilo professionale

La laureata e il laureato in Advertising & Marketing avrà acquisito le competenze e sviluppato le capacità di:

- analisi della situazione dell'impresa dal punto di vista pubblicitario e di marketing;
- analisi critica delle diverse tecniche, metodologie e linguaggi pubblicitari;
- comprensione approfondita del ruolo sociale ed etico della pubblicità nella società e delle diverse possibilità di comportamento dei consumatori;
- composizione comunicativa nelle aree di copywriting, pianificazione dei media, ricerca e gestione dei profili aziendali;
- conoscenze approfondite in ambito linguistico-semiotico e sociologico, funzionali alla gestione delle tecniche e alla creazione dei prodotti pubblicitari tradizionali, crossmediali e digitali;
- progettazione concreta di contenuti pubblicitari tradizionali, crossmediali e digitali;
- sviluppo di una sensibilità e capacità di produzione che sia guidata da valori della condivisione, uguaglianza e rispetto, ispirandosi ai principi evangelici e di correttezza etica-morale-sociale;
- utilizzo della terminologia e delle teorie del settore dell'advertising e del marketing per presentare e supportare la presentazione del proprio lavoro;
- sviluppo di un set di abilità personali che includono la conoscenza delle proprie competenze, lo scrivere corretto ed esaustivo, il pensare in modo critico e il comunicare in

modo efficace consapevolezza degli obblighi etici, educativi e sociali collegati all'ambito pubblicitario.

3. Ambiti occupazionali

Le laureate e i laureati in *Advertising & Marketing* svolgeranno attività professionale in diversi ambiti quali:

- agenzie di comunicazione pubblicitaria;
- aziende che abbiano al proprio interno un ufficio di comunicazione grafica, pubblicitaria e integrata o di marketing;
- studi di progettazione creativa;
- agenzie marketing;
- uffici stampa;
- agenzie di progettazione creativa multimediale;
- web-agency e multimedia marketing-agency;
- agenzie di organizzazione di eventi;
- istituzioni pubbliche o sociali e la pubblica amministrazione;
- come freelance.

Il Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è un percorso accademico culturale e professionalizzante che prepara professionisti in grado di inserirsi da subito nel mondo lavorativo con capacità culturali e tecnico-pratiche elevate.

ART. 4 - STRUTTURA DEL CURRICOLO

Il corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* ha una durata di 6 semestri e si conclude con la discussione della tesi di Baccalaureato. Comprende attività formative per complessivi 180 ECTS.

Concorrono all'acquisizione degli ECTS tutte le attività previste dal Baccalaureato al fine di assicurare la formazione culturale e professionale delle Studentesse e degli Studenti.

ART. 5 - SEDE DEL CORSO

Le lezioni del corso si tengono presso la sede legale e operativa di Venezia – Mestre, in via dei Salesiani 15 e la sede operativa di Verona, Regaste San Zeno 17.

La Studentessa e lo Studente può richiedere tramite richiesta al Consiglio dei Corsi il trasferimento da una sede IUSVE all'altra solo dopo aver concluso l'intero anno accademico in corso nella sede IUSVE a cui è iscritto. L'accettazione della richiesta di trasferimento da una sede IUSVE all'altra sarà a insindacabile giudizio del Consiglio dei Corsi.

ART. 6 - ASPETTI ORGANIZZATIVI

Per l'organizzazione e la gestione del corso sono previsti i ruoli principali del Coordinatore di Corso e del Consiglio di Corso come indicato dagli Statuti e dall'Ordinamento degli studi IUSVE.

1. Coordinatore di Corso

Il corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è diretto da un Coordinatore di Corso nominato dal Direttore IUSVE sentito il Responsabile di Area, con il compito di:

- coordinare l'attività didattica dei Docenti del Corso e supportarla in particolare nei momenti di criticità, in occasione dei quali incontra la/il Docente interessato e le Studentesse e gli Studenti coinvolti e suggerisce le opportune soluzioni;
- seguire le Studentesse e gli Studenti nel loro iter accademico generale, con particolare attenzione agli aspetti tipici della mission educativa salesiana;
- articolare il calendario annuale delle lezioni, nel rispetto degli indirizzi generali fissati dal Consiglio di Corso, stabilendo gli orari delle lezioni, dei laboratori, delle esercitazioni e/o del tirocinio;
- predisporre i Regolamenti particolari del proprio Corso, da sottoporre in approvazione al Consiglio di Corso e al Consiglio di Istituto;
- predisporre i criteri per l'approvazione dei progetti di tesi e per il riconoscimento ECTS, da sottoporre al Consiglio di Corso;
- nominare il secondo relatore ed esaminare le richieste di riconoscimento degli ECTS.

Nello svolgimento del suo compito, il Coordinatore di Corso può avvalersi di altre persone - nominate dal Direttore IUSVE su sua proposta, sentito il parere del Consiglio di Corso - affidando loro compiti specifici *ad tempus*.

Come previsto dalla prassi organizzativa IUSVE, il Coordinatore di Corso resta in carica un triennio.

L'attuale Coordinatore di Corso del Baccalaureato in Advertising e Marketing per la sede di Venezia e Verona è la prof.ssa Chiara Bertato.

2. Consiglio di Corso

Nel rispetto di quanto previsto dagli Statuti IUSVE (art. 14 Stat.), il Consiglio di Corso è nominato dal Direttore IUSVE su indicazione del Responsabile di Area. È formato dal Responsabile di Area, dal Coordinatore di Corso e da almeno due Docenti del Corso.

Partecipa nella parte del Consiglio di Corso estesa alla partecipazione studentesca, il Rappresentante di tutte/i le Studentesse e gli Studenti del Corso designato a norma degli Statuti IUSVE.

Annualmente, sulla base del Regolamento generale IUSVE e dei Regolamenti particolari, il Consiglio di Corso approva:

- i criteri previsti per il calendario annuale delle lezioni dei Corsi di Baccalaureato o di Licenza;
- la nomina dei Docenti invitati;
- i criteri per l'eventuale riconoscimento di ECTS;

- i progetti di tesi;
- le richieste delle Studentesse e degli Studenti secondo quanto stabilito nel Regolamento generale e nei Regolamenti particolari del Corso;
- ogni altra disposizione che risulti di sua competenza.

Per quanto di propria competenza, le decisioni del Consiglio di Corso hanno natura deliberativa, autorizzativa e vincolante per Docenti e Studentesse/Studenti afferenti al proprio Baccalaureato o Licenza.

Per l'a.a. 2025/26, il Consiglio di Corso dei Baccalaureati dell'Area di Comunicazione è composto, per la parte istituzionale e docente, dai proff. Michela Drusian (Responsabile di Area), Chiara Bertato (Coordinatrice del Baccalaureato), Nicolò Cappelletti (Vice Responsabile di Area e Coordinatore di Licenza) e dal prof. Aurelio Chinellato e prof.ssa Milena Cordioli (Docenti dei corsi di Baccalaureato in Comunicazione ed Educazione IUSVE).

3. Commissione Riconoscimento ECTS

Per l'a.a. 2025/26, la Commissione riconoscimento ECTS è composta da proff.: Chiara Bertato, Emilia Brovero, Nicolò Cappelletti, Tiziana Piccioni.

ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE E CRITERI DI RICONOSCIMENTO ECTS

1. Requisiti di ammissione

Ogni anno il Consiglio di Corso determina il numero massimo di Studentesse e Studenti che si possono immatricolare al primo anno del corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing*.

Possono iscriversi al corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* coloro che sono in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado di durata quinquennale o titolo equiparato conseguito all'estero.

Sono ammessi Studenti provenienti da altre università previa valutazione dei titoli e dei crediti universitari (ECTS).

2. Criteri di riconoscimento ECTS

La Commissione di riconoscimento ECTS opera il riconoscimento degli ECTS maturati da Studentesse e Studenti provenienti da altri corsi di laurea o in possesso di titoli o attestazioni valutabili secondo i criteri definiti ogni anno dal Consiglio di Corso.

La Commissione di riconoscimento ECTS in base alla carriera pregressa e opportunamente documentata dalla Studentessa/dallo Studente, su richiesta dello stesso, potrà quindi procedere all'eventuale riconoscimento dei crediti formativi (ECTS) acquisiti dalla Studentessa/dallo Studente nel corso di laurea di provenienza (o in altri corsi di laurea o post lauream), purché all'interno dello stesso settore scientifico-disciplinare (SSD) o di settori disciplinari riconosciuti dalla Commissione come "affini", tenendo presenti i contenuti, il numero di crediti ottenuti, il voto conseguito e l'anno di svolgimento (art. 9 RG).

I criteri applicati dal Consiglio di Corso per tramite della Commissione di riconoscimento ECTS sono quelli previsti nell'art. 9 RG. Il Consiglio di Corso specifica inoltre la necessità di:

- aver acquisito crediti formativi di tipo accademico-universitario nazionali e/o internazionali certificati dallo stesso ente accademico-universitario (per numero massimo di ECTS riconoscibili per singolo semestre si veda art. 9 RG);
- aver acquisito conoscenze, abilità, competenze attraverso esperienze curriculari di Terza missione IUSVE nazionali e/o internazionali dopo una valutazione di congruenza (di tipo documentale e/o diretto) rispetto al profilo professionale del corso di studio (massimo 3 ECTS riconoscibili all'interno di un unico percorso di Baccalaureato).

Non saranno riconoscibili crediti formativi di tipo non accademico-universitario.

3. Riconoscimento di ECTS per il Servizio civile Nazionale

A integrazione di quanto disposto dal Regolamento Generale IUSVE (art. 12 RG), l'apposita Commissione può riconoscere alla specifica esperienza di Servizio Civile Nazionale fino a un massimo di 18 ECTS all'interno di un unico percorso di laurea (Baccalaureato o Licenza).

L'apposita Commissione, acquisita e verificata la documentazione consegnata dallo/a Studente/ssa, definisce quanti ECTS riconoscere all'esperienza di Servizio Civile Nazionale e indica quali sono gli specifici insegnamenti eventualmente convalidati.

La Studentessa e lo Studente dovrà presentare richiesta di Riconoscimento ECTS al termine del Servizio Civile Nazionale, corredando la sua richiesta nelle modalità operative indicate dalla Segreteria di Istituto.

ART. 8 - ORGANIZZAZIONE DEL CORSO DI STUDI

1. Durata

Il corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è organizzato in tre anni al termine dei quali si ottengono 180 ECTS, secondo l'allegato parte integrante del presente Regolamento, in cui vengono stabiliti gli ECTS corrispondenti ai singoli insegnamenti, alle altre attività e alla prova finale.

2. Obiettivi formativi e contenuti

Per ogni anno il Consiglio di Corso delibera, per ciascuna disciplina gli obiettivi formativi, i contenuti disciplinari, il programma delle attività, le modalità di verifica del profitto, le modalità didattiche di svolgimento.

ART. 9 - ATTIVITÀ FORMATIVE

1. Tipologia delle attività formative

Le attività formative si distinguono per tipologia e per ambiti disciplinari. Le attività formative sono raggruppate nelle seguenti tipologie:

- a) discipline di base;
- b) discipline caratterizzanti;

- c) discipline integrative;
- d) discipline di tipo fondativo;
- e) laboratori, esercitazioni, seminari;
- f) tirocinio;
- g) discipline o attività opzionali;
- h) prova finale;
- i) altre discipline e attività.

2. Modalità di svolgimento delle attività formative

Le lezioni (anche quelle svolte in modalità *blended*) sono svolte dai Docenti titolari dei singoli insegnamenti: prevedono l'utilizzo di specifiche tecniche didattiche in presenza e/o a distanza, ed eventualmente la presenza di tutor d'aula e l'eventuale integrazione attraverso l'utilizzo della piattaforma «Sirius».

I laboratori e le esercitazioni sono svolti sotto la guida di Docenti titolari, eventualmente coadiuvati da figure di tecnici e/o esperti nominati dal Consiglio di Corso.

Il tirocinio si svolge presso strutture convenzionate ed è regolato in base al "Regolamento del Tirocinio curriculare del Baccalaureato in *Advertising & Marketing*".

I seminari e gli eventi si svolgeranno sempre in modalità collegiale tra gli Studenti frequentanti le due sedi didattiche e, a giudizio insindacabile del Consiglio di Corso, verrà comunicato la sede di svolgimento che potrà variare in base ad aspetti logistici o alle provenienze dei relatori.

3. Discipline culturali e laboratori

Il percorso formativo accademico è organizzato per dare al laureato una formazione culturale teorica completa, a cui viene affiancato il percorso laboratoriale, in cui vengono sviluppati progetti pubblicitari tradizionali, per la rete e per il video e di strategia marketing. In tal modo la creatività progettuale potrà realizzarsi pienamente in prodotti, dispositivi e piattaforme diverse. L'abbinamento tra materie culturali e Laboratori è il valore aggiunto perché ogni competenza, come richiesto dai "Descrittori di Dublino", che verrà inserita in un progetto vero e proprio. Questo abbinamento si attuerà con un contatto stretto tra i docenti delle materie culturali e quelli dei Laboratori.

Per raggiungere il profilo professionale, l'ambito pubblicitario prevede i seguenti corsi culturali e i rispettivi Laboratori:

- Linguaggi e strategie dell'advertising e il Laboratorio di Advertising e strategy per la pubblicità tradizionale, cartacea, cartellonistica;
- Linguaggi e strategie dell'advertising multimediale e il Laboratorio di Advertising multimediale per la pubblicità video, crossmediale, siti internet e Display advertising;
- Linguaggi e strategie dell'advertising digitale e il Laboratorio di Advertising digitale per la pubblicità nel mondo digitale (social network, mobile advertising, Display advertising, Trick banners, Email advertising, Chat advertising, Online marketing platform).

L'ambito di marketing prevede i seguenti corsi culturali e i rispettivi Laboratori:

- Fondamenti di marketing e il Laboratorio di Marketing della comunicazione;

- Marketing strategico e *neuromarketing* e il Laboratorio di Marketing strategico e *neuromarketing*;
- Advertising management e marketing digitale e il Laboratorio di Advertising management e marketing digitale.

L'ambito di *corporate communication* e di *branding* prevede i seguenti corsi culturali e i rispettivi Laboratori:

- Identità fotografica della marca e il Laboratorio di Fotografia e identità visiva; Semiotica e il Laboratorio di *Brand positioning*;
- *Corporate communication* e il Laboratorio di *Corporate communication*.

ART. 10 - CONDIZIONI MINIME DI FREQUENZA PER L'ACCESSO AGLI ESAMI

1. Condizione di frequenza minima per l'accesso agli esami per insegnamenti, laboratori e altre tipologie di corso

Nel Regolamento Generale IUSVE (art. 18, comma 1, RG) si indicano i seguenti obblighi di frequenza:

- Corsi e lezioni software: 2/3 del monte ore di lezione previsto;
- Laboratori ed esercitazioni: 100% del monte ore di lezione previsto.

Per l'a.a. 2025/26, in deroga al Regolamento Generale IUSVE, le condizioni di frequenza minima per l'accesso agli esami per insegnamenti, software, laboratori e altre tipologie di corso sono le seguenti:

- Insegnamenti e Software: frequenza minima di almeno il 50% del monte ore di lezione previsto;
- Laboratori: frequenza minima di almeno il 75% del monte ore di lezione previsto.

In caso di mancato raggiungimento delle soglie suindicate, la Studentessa e lo Studente è chiamato a rifrequentare interamente il corso e/o laboratorio nell'anno accademico successivo o in quelli seguenti. Specifiche indicazioni possono essere fornite in tal senso dal Coordinatore di Corso.

Il Consiglio di Corso può valutare deroghe in materia solo ed esclusivamente in caso di Laboratori del secondo semestre (o annuali, laddove previsti) dell'ultimo anno di un percorso di studi (terzo anno di Baccalaureato; secondo anno di Licenza). In tal caso, il Consiglio di Corso può valutare, in via eccezionale e straordinaria, l'accesso in deroga all'esame a fronte di serie e inopinabili motivazioni, dalle quali è derivato il mancato raggiungimento del monte ore minimo. Al fine della deroga, il Consiglio di Corso prenderà in considerazione tutti gli aspetti connessi alla regolare gestione della carriera accademica (a titolo esemplificativo e non esaustivo: la regolare frequenza, l'assenza di scorrettezze, l'assenza di richiami disciplinari nell'arco della sua carriera universitaria).

2. Modalità di rilevazione della frequenza

In riferimento ad ogni singola lezione, la rilevazione della frequenza è effettuata mediante un sistema digitale in una delle seguenti modalità:

- attraverso la generazione di un codice univoco temporaneo, reso disponibile dal Docente tramite la propria area riservata. Tale codice deve essere inserito contestualmente da ciascuno/a Studente/ssa nell'apposito spazio all'interno della propria area web personale;
- mediante registrazione diretta della presenza dello/a Studente/ssa a cura del Docente, attraverso l'apposita funzionalità presente nella propria pagina web personale.

La registrazione digitale della presenza è istantaneamente aggiornata nell'area riservata dello/a Studente/ssa, che ha l'onere di controllarne l'effettivo salvataggio in tempo reale. Tale verifica va necessariamente effettuata al termine della lezione, accertandosi che il sistema riporti l'indicatore di presenza confermata (simbolo "P") per la lezione di riferimento.

In caso di momentanee problematiche tecniche del sistema informatico o di malfunzionamenti dei dispositivi elettronici individuali, la Studentessa e lo Studente sono tenuti ad attestare la propria presenza apponendo la firma sul supporto cartaceo messo a disposizione dal Docente. La Segreteria didattica provvede a integrare periodicamente nel sistema digitale le presenze raccolte in modalità cartacea.

La Studentessa e lo Studente che non risultino presenti in una delle modalità previste (registro digitale istituzionale o supporto cartaceo sostitutivo) sono considerati assenti alla lezione, senza possibilità di deroghe o giustificazioni tardive da parte del Docente.

In caso di registrazioni di presenza irregolari, false o effettuate da remoto in assenza fisica in aula, il Coordinatore di Corso, informato dal Docente o dalla Segreteria didattica, provvede a inoltrare allo/a Studente/ssa un richiamo formale scritto, avviando le procedure disciplinari previste. Il Consiglio di Corso è chiamato a valutare i provvedimenti del caso. La Segreteria didattica provvede d'ufficio all'annullamento della presenza irregolare; la Studentessa e lo Studente risulteranno, pertanto, assenti alla lezione.

Ai fini dell'ottenimento del titolo, il sistema informatico controlla che tutti gli/le Studenti/sse raggiungano il monte ore di presenza previsto dal Regolamento generale dello IUSVE. Ai sensi del GDPR / Regolamento (UE) 2016/679 e della normativa nazionale in materia di privacy, i dati delle presenze saranno fruibili solo entro 6 mesi dal termine della carriera degli/delle Studenti/sse.

3. Frequenza obbligatoria del tirocinio curricolare

Il Tirocinio deve essere completato per tutto il monte ore previsto.

Il Consiglio di Corso di riferimento può riconoscere come parzialmente o totalmente sostitutive degli obblighi di tirocinio attività professionali continuative svolte in specifici settori connessi con la figura professionale delineata dal Corso di Laurea di appartenenza. Ciò purché tali attività siano opportunamente documentate sia sul piano quantitativo che su quello qualitativo.

Tale documentazione dovrà essere accompagnata da un'attestazione dell'Ente in cui la Studentessa e lo Studente ha svolto le attività sostitutive, dalle quali risulti:

- a) periodo di svolgimento delle attività (dal/al);
- b) profilo professionale ricoperto;
- c) quantità di ore settimanali svolte nella funzione.

Tale attestazione, redatta in carta intestata dell'Ente dichiarante, dovrà essere firmata dal Responsabile di tale Ente.

La documentazione presentata dallo/a Studente/ssa viene valutata dal Consiglio di Corso di riferimento, o dalla Commissione di Riconoscimento Crediti interna a ogni Area a questo delegata, in particolare in merito alla coerenza fra le mansioni dichiarate e il profilo in uscita del percorso di studi frequentato.

Ogni Studente dovrà riferirsi al competente Supervisore di Tirocinio del Corso di laurea di appartenenza per ricevere informazioni dettagliate in merito a tali adempimenti.

ART. 11 - ESONERI DALLA FREQUENZA

La richiesta e i relativi allegati vanno inviati via mail alla Segreteria Didattica di Area entro 7 gg lavorativi.

1. Esoneri dalla frequenza

Poste le condizioni di frequenza minima per l'accesso agli esami stabilite dall'art. 10.1 del presente Regolamento Didattico, in casi particolari, valutata la questione in sede di Consiglio di Corso, il Coordinatore di Corso può concedere l'esonero dalla frequenza alle lezioni di un determinato insegnamento, consentendo ugualmente l'esame (art. 18, comma 2, RG). Tale esonero dalla frequenza può essere valutato e concesso solamente in presenza di una delle seguenti motivazioni:

- a) coincidenza oraria dei corsi in caso di piano di studi individuale con convalide e riconoscimenti di crediti;
- b) tirocinio/esperienze curriculari internazionali IUSVE;
- c) situazione personale di malattia/infortunio prolungati nel tempo o ricoveri ospedalieri;
- d) gravidanza;
- e) periodo di maternità / paternità (entro il 1° anno di vita del figlio);

La richiesta al Consiglio di Corso di esonero dalla frequenza e i relativi allegati vanno inviati via mail alla Segreteria Didattica di Area, entro la fine del semestre in cui è erogato l'insegnamento.

La Segreteria didattica segnalerà allo/a Studente/ssa la necessità di completare le richieste di esonero pervenute incomplete o senza idonea documentazione, indicando una nuova scadenza in cui provvedere. Non saranno prese in considerazione (o, se presentate, saranno respinte) le richieste di esonero relative a ragioni differenti dalle condizioni straordinarie indicate nel presente articolo, nonché quelle pervenute oltre il termine previsto (o non completate entro la scadenza indicata dalla Segreteria didattica).

ART. 12 - PIANO DI STUDI

1. Piano di studi

Ciascuna/o Studentessa/Studente deve svolgere tutti gli esami previsti dal proprio Piano di studi. Eventuali modifiche del Piano di studi devono essere autorizzate dal Consiglio di Corso.

2. Programmi d'esame

Ogni Docente stabilisce un programma d'esame in merito al proprio insegnamento, Software e laboratorio, che vale per l'anno accademico in cui è stato previsto.

La Studentessa e lo Studente che non sosterrà l'esame nell'anno accademico in cui ha frequentato le lezioni, sarà tenuto a contattare la/il Docente per verificare se il programma e le modalità d'esame abbiano subito delle modifiche. Altrettanto dovrà fare nell'ipotesi in cui la/il Docente titolare del corso sia nel frattempo cambiato.

3. Insegnamenti opzionali

Vengono qualificati come "opzionali" gli insegnamenti che la Studentessa e lo Studente può scegliere tra quelli proposti dal Consiglio di Corso del percorso di studi di appartenenza. All'interno del piano di studi non potranno essere inseriti insegnamenti opzionali con la medesima denominazione, pertanto, ogni Studentessa e Studente potrà frequentare i singoli insegnamenti opzionali una sola volta all'interno dell'intero ciclo di studi.

La Studentessa e lo Studente può altresì richiedere di frequentare come opzionale un insegnamento attivato negli altri Corsi di Baccalaureato o Licenza IUSVE, previa autorizzazione del proprio Consiglio di Corso di appartenenza e di quello in cui è attivato l'insegnamento scelto.

I corsi opzionali sono a numero chiuso per cui gli Studenti e le Studentesse potranno scegliere e iscriversi ai singoli corsi opzionali previa disponibilità di posti nei corsi stessi.

Gli esami relativi agli insegnamenti opzionali dovranno essere sostenuti nel rispetto di quanto previsto nell'art. 14.2, cui si rinvia.

4. Lingua inglese

La Studentessa e gli Studenti iscritti al corso di Baccalaureato sono tenuti, entro il termine del secondo anno accademico, a frequentare il corso e superare l'esame di Lingua Inglese. L'approvazione di tale esame è un prerequisito essenziale per accedere al modulo "English for Advertising e marketing" previsto nel Piano di Studi del terzo anno di Baccalaureato.

Esonero

Qualora la Studentessa e lo Studente ritenga di essere già in possesso delle competenze linguistiche potrà sostenere un esame di esonero dal corso di Lingua Inglese. L'esonero sarà organizzato nell'anno accademico di iscrizione (non sarà possibile per la Studentessa e lo Studente tentare l'esonero per più di una volta).

Considerato che l'esame di Lingua Inglese è stato strutturato per garantire una preparazione adeguata in vista del modulo di lingua previsto nel Piano di Studi, si precisa che non saranno accettate richieste di esonero basate su attestati, certificati o altri documenti comprovanti il livello di competenza linguistica.

Frequenza

Il corso di Lingua Inglese, per la Studentessa e lo Studente che non supererà l'esonero, prevede frequenza obbligatoria secondo le specifiche dei Corsi contenute nell'art. 10 comma 2.

Esame finale e valutazione

Il corso di lingua inglese non prevede la valutazione con una votazione in trentesimi ma saranno valutati con la dicitura approvato/non approvato e verranno inseriti nel profilo accademico dello/a Studente/ssa. Sarà possibile sostenere l'esame finale nelle sessioni d'esame previste a calendario. Per ogni sessione di esame sarà calendarizzato un unico appello per il corso di Lingua Inglese.

Per la Studentessa e gli Studenti immatricolati prima dell'a.a. 2023/2024, ovvero nel periodo di consegna obbligatoria di attestazione/certificazione, potranno procedere secondo la modalità che più si addice al proprio percorso di studi:

- consegnare la certificazione/attestazione linguistica di livello B1 (la consegna va effettuata all'indirizzo baccalaureato.comunicazione@iusve.it e sarà valutata a insindacabile giudizio del Coordinatore dei Baccalaureati);
- effettuare l'esame di esonero e in caso di non superamento, frequentare il corso obbligatorio di Lingua inglese.

ART. 13 - ACCERTAMENTI, PROVE DI ESAME E ACQUISIZIONE DEI CREDITI

1. Accertamenti

La Studentessa e lo Studente acquisisce i crediti previsti per ogni corso o attività con il superamento di una prova di esame che si svolgerà nelle sessioni ufficiali previste nel Calendario Generale dello IUSVE.

L'esame consiste in una prova individuale che può essere scritta, orale, pratica o mista. Per ciascuna attività didattica indicata nel Piano di Studi la prova d'esame è indicata nella scheda del corso visibile in PPS (Pagina Personale Studente). La modalità d'esame può prevedere un lavoro di gruppo, ma la valutazione sarà sempre espressa individualmente. Le verifiche scritte possono consistere in una prova a risposta aperta o chiusa, nonché in una relazione dello/a Studente/ssa su un argomento concordato con la/i Docente. L'esame orale è pubblico, salvo il diritto alla privacy del corsista.

Le modalità di esame sono specificate nel Titolo VII del Regolamento Generale IUSVE (artt. 24-32 RG), alla cui attenta lettura si rinvia.

Come previsto dal Regolamento Generale IUSVE (art. 27 RG), gli esami si svolgono nella sede in cui la Studentessa e lo Studente risulta iscritto o in quello in cui ha frequentato le lezioni del relativo insegnamento.

In attuazione alla disposizione del Regolamento Generale che prevedono possibili deroghe da parte del Consiglio di Corso (art. 27, comma 2, RG), le Studentesse e gli Studenti possono iscriversi per sostenere un esame anche nella sede didattica diversa dalla propria sede compilando il Modulo di Richiesta al Consiglio di Corso e inviandolo alla Segreteria didattica (didattica.comunicazione@iusve.it) entro la data dell'ultimo Consiglio di Corso prima dell'apertura della sessione d'esami.

Questa opzione può essere esercitata prima dell'apertura delle iscrizioni all'appello della data di esame prescelta, purché sia lo stesso Docente a tenere il corso. Per ogni esame la Studentessa e lo Studente ha diritto a un solo spostamento: eventuali casi eccezionali saranno valutati singolarmente tramite richiesta al Consiglio di Corso.

2. Valutazione della prova e attribuzione del voto

Il superamento positivo della prova d'esame comporta l'attribuzione di un voto espresso in trentesimi (o con la valutazione di approvato/non approvato) e l'acquisizione dei relativi ECTS.

L'esame è superato quando la prova ottiene una valutazione pari o superiore a diciotto/trentesimi (18/30) o approvato.

In caso di valutazione pari a trenta/trentesimi (30/30) e in presenza di una particolare qualità espressa nella prova, la/il Docente può valutare l'aggiunta della lode.

Il voto attribuito in sede d'esame concorre a determinare il voto finale di Laurea.

I Laboratori non prevedono la valutazione con una votazione in trentesimi ma solo con "approvato" oppure "non approvato". Nel caso la Studentessa e lo Studente non superasse l'esame del laboratorio dovrà presentare entro la scadenza prevista dalla/dal Docente per ripresentare il lavoro progettuale rivisto con i criteri indicati dal Docente.

Per tutto quanto qui non indicato, si rinvia a un'attenta lettura di quanto previsto nel Regolamento Generale.

3. Valutazione del tirocinio

Secondo quanto indicato nel "Regolamento del Tirocinio curriculare di *Advertising & Marketing*", per essere valutato, ogni singolo periodo di tirocinio previsto in Piano di Studi deve essere completato per tutto il monte ore previsto.

4. Valutazione corsi Software

Obiettivi dei Corsi

Nel curriculum del Baccalaureato, i corsi Software mirano a fornire gli strumenti e le metodologie necessarie per conseguire gli obiettivi stabiliti dal percorso di studi. Questi moduli sono concepiti per trasmettere le competenze e le conoscenze essenziali per utilizzare i principali Software adoperati nel contesto professionale di riferimento.

Frequenza

La frequenza ai corsi è obbligatoria, così come indicato nell'art. 10 comma 2.

Esame e valutazione

I corsi di Software non prevedono la valutazione con una votazione in trentesimi, ma saranno valutati con la dicitura approvato/non approvato e verranno inseriti nel profilo accademico dello/a Studente/ssa. Sarà possibile sostenere l'esame nelle sessioni d'esame previste a calendario. Per ogni sessione di esame sarà calendarizzato un unico appello per ogni corso di Software.

Per le Studentesse e gli Studenti immatricolati prima dell'a.a. 2023/2024 sarà possibile sostenere gli esami Software (attivati fino all'a.a. 2022/2023) nelle medesime sessioni previste per i corsi di Software.

Superamento del corso

La Studentessa e lo Studente supera il corso di Software se l'esame risulta approvato.

Esonero

Possono accedere all'esonero le Studentesse e gli Studenti che hanno frequentato il primo o il secondo anno e che, avendo delle competenze pregresse, possono presentarsi all'esonero.

Neo-immatricolati

Possono accedere all'esonero le Studentesse e gli Studenti neo-immatricolati che avendo delle competenze pregresse nei software Adobe Photoshop o Adobe Illustrator, vogliono essere esonerati dal corso dei due software indicati.

ART. 14 - MODALITÀ PER PASSAGGIO DI CORSO ALL'INTERNO DEI CURRICULA DI STUDIO IUSVE

Nel caso di passaggio di una Studentessa e uno Studente da un curriculum a un altro afferente alla medesima Area di appartenenza in IUSVE, se il numero dei crediti acquisiti dallo/a Studente/ssa in uno o più settori disciplinari risulti inferiore al numero dei crediti richiesto dall'ordinamento didattico del nuovo corso di studi (sulla base di apposite tabelle di equivalenza predisposte in merito), la Studentessa e lo Studente procederà all'integrazione sostenendo l'esame sulla parte indicata dalla/dal Docente della disciplina.

Il Consiglio di Corso può prevedere, secondo quanto già indicato, attività comune a più Corsi per il recupero crediti.

ART. 15 - PROVA FINALE DI BACCALAUREATO

1. Progetto di tesi

La Studentessa e lo Studente è tenuto a concordare con un Docente il tema da svolgere seguendo le indicazioni contenute nel "Vademecum per la tesi IUSVE".

In attuazione a quanto previsto dal Regolamento Generale IUSVE (art. 36 RG), il modulo di Richiesta Progetto di tesi dovrà essere compilato entro i termini indicati dal Calendario generale IUSVE e secondo le modalità operative indicate dalla Segreteria generale IUSVE: utilizzando il word editabile scaricabile dal sito, la Studentessa e lo Studente dovrà compilare il Progetto di tesi in ogni sua parte, sottoscriverlo con le firme digitali dello/a Studente/ssa e del Docente relatore, e inviarlo via mail alla Segreteria didattica di Area.

La Studentessa e lo Studente riceverà dal Consiglio di Corso la risposta sull'approvazione o sul rifiuto del Progetto di tesi con le indicazioni di merito, secondo quanto definito nel Regolamento Generale (art. 36 RG).

In aggiunta a quanto previsto dal Regolamento Generale IUSVE, per cambiare il titolo della tesi la Studentessa e lo Studente deve ricevere una nuova approvazione che dovrà essere richiesta almeno 3 mesi prima della data di consegna della tesi al Consiglio di Corso. Non sono, pertanto, consentiti cambi di titolo di tesi a ridosso della consegna.

2. Prova finale e titolo di Baccalaureato

Il corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* si consegue con l'acquisizione degli ECTS previsti dal Piano di studi e il superamento con esito positivo della prova finale. L'elaborato può essere redatto anche in una lingua straniera, se preventivamente concordato con il Coordinatore di Corso.

La prova finale è costituita dalla discussione e valutazione di una tesi (elaborata sotto forma di documento scritto o di altro elaborato informatico) a cura dello/a Studente/ssa, sotto la guida di un Docente relatore. In generale, la discussione della tesi avverrà di fronte a una Commissione nominata dal Direttore IUSVE, la cui composizione è disciplinata nel Regolamento Generale IUSVE (art. 38 RG).

Le modalità e la tempistica per la realizzazione e la consegna sono indicate nel Regolamento Generale (artt. 37 RG), integrato dalle norme tecniche di stesura della tesi

previste dal “Vademecum per la tesi IUSVE” nel Documento “Indicazioni per la stesura e la valutazione della tesi triennale”, scaricabili dal sito IUSVE.

La valutazione della tesi e quella della sua difesa orale sono indicate nel Regolamento Generale IUSVE (art. 39 RG), in cui è riportata anche una tabella di conversione dei voti da trentesimi (secondo il sistema universitario della Santa Sede) in centodecimi (al fine di una comparazione con l'ordinamento universitario italiano).

3. Rispetto della normativa in materia di privacy e riservatezza

In caso di tesi di tipo sperimentale, che prevedano attività di ricerca rilevanti ai fini della privacy, la laureanda e il laureando, coordinato dal suo Docente relatore di tesi, dovrà compilare e predisporre tutta la documentazione prevista dalla procedura IUSVE in materia di trattamento dei dati personali dei soggetti coinvolti nella ricerca.

Alla laureanda e al laureando potrà essere chiesto di sottoscrivere un “impegno di riservatezza” relativamente alle informazioni, alle conoscenze e ai materiali riservati o non pubblicamente accessibili, che verranno messi a disposizione dal Docente relatore per lo sviluppo della tesi o di altra prova finale.

ART. 16 - VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DELL'ATTIVITÀ ACCADEMICA

Il Consiglio di Corso attua forme di valutazione della qualità delle attività didattiche, secondo le indicazioni del Regolamento generale IUSVE in raccordo con l'Ufficio Promozione Qualità di IUSVE.

Per tale valutazione il Consiglio di Corso si avvale delle iniziative generali di valutazione previste da IUSVE, eventualmente integrate da forme di rilevazione e valutazione specifiche dell'Area.

ART. 17 - CALENDARIO DIDATTICO

Il calendario didattico viene pubblicato entro l'inizio di ogni nuovo anno accademico nella Pagina Personale Studenti (PPS) e Docenti (PPD). Ogni variazione sarà comunicata tramite la medesima modalità.

L'orario di lezione/software/laboratori è indicativamente il seguente: dal lunedì al giovedì dalle 9.15 alle 13.30 e in alcuni pomeriggi, inclusi i Software; il mercoledì e il venerdì per le lezioni dei corsi opzionali per un totale di circa 25/30 ore accademiche a settimana.

A seguito di iniziative particolari, promosse dall'istituzione in accordo con i Docenti, potranno avvenire eventuali modificazioni di giornata, orario o sede, con segnalazione su sito e/o su PPD/PPS.

ART. 18 - REGOLAMENTO DEL TIROCINIO CURRICULARE

Il "Regolamento del Tirocinio curriculare di *Advertising & Marketing*", con le indicazioni relative alla procedura da seguire e i moduli da compilare, è rinvenibile nella piattaforma «Sirius». La Studentessa e lo Studente è tenuto a prenderne visione in ogni sua parte e a seguire le indicazioni in essa contenute, vincolanti ai fini dell'esperienza da svolgere.

ART. 19 - REGOLAMENTO BORSE DI STUDIO ALL'ESTERO

Il "Regolamento del Borse di studio all'estero di *Advertising & Marketing*", con le indicazioni relative alla procedura da seguire e i moduli da compilare, è rinvenibile nella piattaforma «Sirius». Le Studentesse e gli Studenti sono tenute/i a prenderne visione in ogni sua parte e a seguire le indicazioni in essa contenute, vincolanti ai fini dell'esperienza da svolgere.

ART. 20 - APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO, SUE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

Il Regolamento didattico del corso di Baccalaureato in *Advertising & Marketing* è approvato dal Consiglio di Corso, su proposta del Coordinatore di Corso, ed è vincolante nelle sue disposizioni per tutti le Studentesse e gli Studenti iscritti nell'a.a. 2025/26.

Le modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Coordinatore di Corso o da almeno un terzo dei membri del Consiglio di Corso e sono approvate con il voto favorevole della maggioranza dei componenti del Consiglio.

In caso di eventuali modifiche agli Statuti, all'Ordinamento degli Ordinamenti o al Regolamento Generale IUSVE, il Consiglio di Corso dovrà procedere in ogni caso alla modifica e all'integrazione del presente Regolamento didattico, per adeguarlo a quanto in essi previsto.

Il presente Regolamento ha validità per tutto l'a.a. 2025/26 e deve essere rispettato da tutti le Studentesse e gli Studenti e i Docenti interessati.

ART. 21 - LINGUAGGIO DI GENERE

Tutte le cariche, professioni, titoli o riferimenti a persone riportati nel presente Regolamento, anche se eventualmente solo declinati al genere maschile, devono intendersi riferite anche al corrispondente termine di genere femminile.

PIANO DI STUDI A.A. 2025/26

Classe di Laurea “affine” (secondo il Sistema universitario italiano):

L-20 Scienze della comunicazione *

PRIMO ANNO (non più attivo dall'a.a. 2025/2026)

INSEGNAMENTO	ECTS
Corporate communication	5
Identità fotografica della marca	5
Linguaggi e strategie dell'advertising	5
Semiotica	5
Teorie della comunicazione - Communication Theory	4
Psicologia della personalità	4
Pedagogia generale	4
Sociologia dei consumi e della pubblicità	4
Storia dell'arte contemporanea	4
Antropologia filosofica e comunicazione	4
Laboratorio di Corporate communication	4
Laboratorio di Fotografia e identità visiva	4
Laboratorio di Advertising e strategy	4
Laboratorio di Brand positioning	4

Totale crediti	60
-----------------------	----

SECONDO ANNO

INSEGNAMENTO	ECTS
Fondamenti di marketing	5
Linguaggi e strategie dell'advertising multimediale	5
Linguaggi e strategie dell'advertising digitale	5

Psicologia della comunicazione	4
Copywriting e creatività pubblicitaria	4
Statistica e metodologia della ricerca per le scienze della comunicazione	4
Teologia della comunicazione	3
Etica e deontologia	4
Estetica	4
Sociologia del marketing	4
Corso opzionale 1	3
Corso opzionale 2	3
Laboratorio di Marketing della comunicazione	4
Laboratorio di Advertising multimediale	4
Laboratorio di Advertising digitale	4

Totale crediti	60
-----------------------	----

TERZO ANNO (attivato nell'anno accademico 2021/2022)

INSEGNAMENTO	ECTS
Advertising management e marketing digitale	5
Marketing strategico e neuromarketing	5
Law and Digital Humanities	3
English for advertising & marketing	4
Pedagogia della comunicazione	4
Metodologia del lavoro scientifico	3
Psicologia del marketing e dell'advertising	4
Corso opzionale 3	3

Corso opzionale 4	3
Laboratorio di Advertising management e marketing digitale	4
Laboratorio di Marketing strategico e neuromarketing	4
Tirocinio	10
Tesi	8

Totale crediti	60
-----------------------	-----------

Totale crediti	180
-----------------------	------------

* I titoli di Baccalaureato e di Licenza IUSVE, rilasciati dall'Università Pontificia Salesiana, sono titoli accademici del sistema universitario della Santa Sede, facente parte del Sistema Europeo di Istruzione Superiore (EHEA).

I titoli di Baccalaureato sono titoli accademici di 1° livello, di durata triennale, per 180 ECTS.

I titoli di Licenza sono titoli accademici di 2° livello, di durata biennale, per 120 ECTS.

Nei documenti IUSVE ogni riferimento alle classi di laurea italiane "affini" costituisce un'indicazione non vincolante riportata esclusivamente per agevolare la comparazione fra i titoli IUSVE/UPS, appartenenti al sistema universitario della Santa Sede, e le codifiche specifiche del sistema universitario italiano.

PER ULTERIORI CHIARIMENTI, VEDI: [HTTPS://WWW.IUSVE.IT/RICONOSCIMENTO-TITOLO](https://www.iusve.it/riconoscimento-titolo)



Istituto Universitario Salesiano Venezia

Aggregato alla Facoltà di Scienze dell'Educazione
dell'Università Pontificia Salesiana di Roma

Sede di Venezia

(legale e operativa)

Via dei Salesiani, 15
30174 Venezia-Mestre
T. +39 041 5498 511

Sede di Verona

(operativa)

Regaste San Zeno, 17
37123 Verona
T. +39 041 5498 580

didattica.comunicazione@iusve.it

iusve.it