

Scienze della comunicazione UNI

Se in passato trovavano lavoro soprattutto nei settori dell'informazione e della cultura, oggi i titolari di un master UNI in scienze della comunicazione individuano il loro principale **settore d'attività** nel settore privato dei servizi. Ciò si spiega in parte con la crisi che da tempo attanaglia l'editoria. Con la crescita della comunicazione online, l'attività mediatica si sposta progressivamente dall'editoria ai reparti di comunicazione delle aziende e alle agenzie di comunicazione. Rispetto ai titolari di una laurea in scienze sociali e umanistiche che trovano un'occupazione in ambito statale o presso organizzazioni non profit, i laureati in scienze della comunicazione lavorano quindi molto più spesso per datori di lavoro orientati al profitto. I loro principali concorrenti vantano una formazione in economia o scienze sociali.

Dopo le difficoltà registrate all'inizio degli anni 2000, la **situazione sul mercato del lavoro** dei laureati in scienze della comunicazione si è stabilizzata. Attualmente la quota delle persone disoccupate in cerca di un impiego (6%) non è superiore alla media del totale di titolari di un master UNI (4%). Circa il 37% dei laureati e delle laureate denuncia difficoltà a trovare un lavoro corrispondente alle proprie aspettative. Anche la percentuale di coloro che occupano una funzione per la quale non era richiesto il diploma di una scuola universitaria (30%) supera del doppio quella del gruppo di riferimento.

Il **reddito** dei titolari di un master in scienze della comunicazione, 72 000 franchi, è inferiore di 6000 franchi alla media del gruppo di riferimento (totale dei titolari di un master).

Confronto tra bachelor e master: il numero dei titolari di un bachelor in scienze della comunicazione che non cominciano gli studi di master nel giro di un anno è per tradizione elevato, sebbene l'ottenimento del master rappresenti tuttora la regola. Del resto, i titolari di un bachelor che entrano nel mondo del lavoro attestano indicatori occupazionali peggiori rispetto ai titolari di un master: lavorano spesso come stagisti o occupano funzioni che non richiedono il diploma di una scuola universitaria.

Di riflesso, questi interpellati esprimono giudizi negativi sulla loro **soddisfazione**, in particolare riguardo alla scelta degli studi: solo il 43% dei titolari di un bachelor in scienze della comunicazione rifarebbe gli stessi studi, mentre tra i titolari di un master il tasso sale a 58%, nonostante la soddisfazione generale sia minore rispetto ai titolari di un master UNI.