

**CORSO DI
LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA,
D'IMPRESA E PUBBLICITÀ
(Classe delle Lauree Magistrali LM 59)**

DURATA	2 ANNI
CREDITI	120 di cui 84 per Esami (11 Esami) 8 A scelta dello studente 12 Laboratori e tirocinio 16 Prova Finale (Tesi di Laurea)
ACCESSO	Libero per tutti i laureati nella classe delle Lauree Triennali in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE Condizionato per i laureati in altre Classi di Laurea alla valutazione dei crediti formativi acquisiti (Economia, Scienze politiche, Sociologia, Scienze dell'amministrazione, Filosofia , Psicologia, etc.)

OBIETTIVI FORMATIVI

Gli obiettivi formativi della laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità sono quelli di offrire allo studente:

- competenze per svolgere ruoli di responsabilità gestionale della comunicazione nelle aziende, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni non profit e nella agenzie pubblicitarie;
- competenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali di enti pubblici, di imprese e di organizzazioni non profit;
- capacità di svolgere compiti dirigenziali, organizzativi e gestionali con particolare riferimento alle funzioni connesse alla gestione di flussi di comunicazione interna ed esterna di imprese, enti e aziende pubbliche, organizzazioni del terzo settore;
- competenze necessarie per l'uso dei media con particolare riferimento alle nuove tecnologie della comunicazione in funzione della gestione dei processi di comunicazione della pubblica amministrazione, di enti e aziende pubbliche, di imprese e di organizzazioni non profit;
- la capacità di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'Italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Al fine di garantire il perseguimento degli obiettivi formativi e l'effettivo raggiungimento delle professionalità previste, il curriculum del corso di laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità è modellato secondo una **visione interdisciplinare**, caratterizzata dall'approfondimento di discipline **sociologiche, psicologiche, giuridiche, aziendali ed economiche**, nonché **filosofiche, linguistiche e storiche**. Il curriculum comprende le seguenti competenze:

- conoscenza della lingua inglese come requisito curriculare di accesso;
- approfondimento, attraverso specifiche attività, delle conoscenze fondamentali, teorico-pratiche, della comunicazione e dell'informazione, con specifico riferimento allo studio dei media e delle nuove tecnologie della comunicazione delle imprese, di enti e aziende pubbliche, di organizzazioni non profit;
- applicazione dei metodi propri della ricerca alle tematiche della comunicazione e della cultura organizzativa, a quelle relative alle dinamiche di gestione organizzativa e alle caratteristiche e stili di comportamento dei pubblici;
- specifiche attività volte ad approfondire e sviluppare le conoscenze e le tecniche del lavoro creativo per la realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali, nonché di promozione e gestione dei piani di comunicazione integrata.

Il curriculum del corso di laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità prevede attività laboratoriali altamente professionalizzanti e un'attività di tirocinio, presso istituzioni ed enti pubblici, imprese e società professionali, nonché la possibilità di compiere soggiorni di studio presso università straniere.

SBOCCHI PROFESSIONALI

I laureati in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità potranno ricoprire funzioni di elevata responsabilità, nell'ambito del management della comunicazione per la gestione aziendale, la valorizzazione delle risorse umane, l'organizzazione e la gestione di strutture per le relazioni con il pubblico, la progettazione e la realizzazione di piani di comunicazione integrata, nell'ambito di enti pubblici, non profit e delle imprese.

SCHEMA DELLA PROPOSTA DI ORDINAMENTO DIDATTICO

Ambiti disciplinari	Principali discipline	Crediti complessivi per ambito
Comunicativo: sociologia e psicologia della comunicazione	Sociologia dei processi culturali e comunicativi; Psicologia del lavoro e delle organizzazioni	Crediti 27
Economico - Aziendale	Politica economica; Economia e gestione delle imprese; Organizzazione aziendale	Crediti 24
Giuridico	Istituzioni di diritto pubblico; Diritto amministrativo	Crediti 18
Storico, Filosofico, Linguistico, Artistico	Filosofia teoretica; Filosofia politica; Storia dell'arte contemporanea; Linguistica italiana	Crediti 15
	Laboratori e tirocinio	Crediti 12
	A SCELTA DELLO STUDENTE	Crediti 8
	PROVA FINALE (TESI DI LAUREA)	Crediti 16
	Totale crediti	Crediti 120

N.B. Il presente schema di proposta dell'Ordinamento Didattico viene qui articolato indicando gli ambiti disciplinari, le principali discipline (settori) tipiche dell'ambito ed il numero di crediti complessivo per ambito.