CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E D'IMPRESA

Durata corso: 3 anni - **Crediti**: 180
Il percorso di studi in Comunicazione Istituzionale e d'Impresa mira a fornire una preparazione di base multidisciplinare finalizzata alla comprensione, all'analisi e all'utilizzo degli strumenti della **comunicazione moderna** in tutte le sue dimensioni: **pubblicità, marketing, comunicazione d'impresa, e-commerce**, ecc. La proposta formativa è pensata in particolare per favorire lo sviluppo di competenze legate alle funzioni comunicative all'interno delle imprese e delle istituzioni.

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Gli sbocchi professionali previsti per il laureato in Comunicazione Istituzionale e d'Impresa riguardano ruoli qualificati in **istituzioni ed enti, pubblici o privati**, attivi nel sociale, nel mondo della cultura, della **comunicazione e nel mondo dell'informazione**, con particolare riferimento alla comunicazione pubblicitaria e istituzionale, alla comunicazione d'impresa e all'editoria tradizionale e multimediale. In questi settori professionali, il laureato potrà agire con competenza nell'ambito delle pubbliche relazioni, della pubblicità e delle attività promozionali, nella gestione degli **uffici di relazione con il pubblico**, negli uffici stampa, nelle redazioni editoriali, nell'organizzazione aziendale e nella gestione dei processi di comunicazione digitale e multimediale.

DIDATTICA DEL CORSO

Al termine del percorso di studi lo studente avrà acquisito:
›› **competenze** di base sulla **comunicazione** e sull'interpretazione dei processi comunicativi dal punto di vista socio-antropologico, storico-filosofico e sociologico
›› **capacità** di affrontare le innovazioni giuridiche, organizzative ed economiche determinate dallo sviluppo e dalla diffusione dei fenomeni comunicativi
›› competenze metodologiche per la valutazione e l'intervento sui processi della comunicazione, attraverso discipline informatiche e relative ai mass media
›› competenze linguistiche per l'analisi, la gestione e la produzione di testi, in particolare curando la capacità di utilizzare efficacemente la lingua italiana, anche in ambito istituzionale e pubblicitario
›› padronanza di due lingue straniere (inglese e spagnolo) per lo scambio di informazioni scritte e orali nei settori di specifica competenza.

Il percorso di studi si struttura su tre anni: **il primo anno è caratterizzato dalla presenza di discipline sociologiche**, informatiche e semiotiche, affiancate da insegnamenti metodologici ed economico-organizzativi; **il secondo anno rafforza i contenuti sociologici,** organizzativi e metodologici, introducendo l'ambito giuridico; i**l terzo anno prevede materie filosofiche,** politologiche e semiotiche, con marcata attenzione ai linguaggi della comunicazione. Lo studente ha la possibilità di sostenere alcuni esami a scelta. Sono previsti tirocini formativi e di orientamento.

SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE - L-20 - curriculum Comunicazione Istituzionale e d'Impresa

SSD Sigla			Esame	CFU
1° Anno di Corso				
M-FIL/05	A1	discipline semiotiche, lingusitiche e informat6iche	Semiotica e filosofia dei linguaggi	12
INF/01	A1	discipline semiotiche, lingusitiche e informat6iche	Informatica	6
M-FIL/04	B1	metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	Estetica della comunicazione	12
SPS/09	A2	discipline sociali e mediologiche	Sociologia dei processi economici	12
L-ART/06	B1	metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	Tecnica, storia e linguaggio dei mezzi audiovisivi A-K	12
L-ART/06	B1	metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	Tecnica, storia e linguaggio dei mezzi audiovisivi L-Z	12
SECS-P/10	B2	scienze umane ed economico-sociali	Organizzazione aziendale	6
2° Anno di Corso				
SPS/08	B2	scienze umane ed economico-sociali	Sociologia della comunicazione e dell'informazione (mutua su L19)	9
SPS/10	C	Attività formative affini o integrative	Sociologia urbana, del turismo e del territorio	12
SECS-P/08	C	Attività formative affini o integrative	Comportamenti organizzativi	6
SPS/07	B2	scienze umane ed economico-sociali	Metodologia della ricerca sociale	12
IUS/01	B3	discipline giuridiche, storico politiche e filosofiche	Diritto dell'informazione e della comunicazione	9
		art.10, comma 5, lettera d	Lingua inglese	6
			Esame a scelta	6
3° Anno di Corso				
SPS/01	B3	discipline giuridiche, storico politiche e filosofiche	Analisi del linguaggio politico	9
M-FIL/03	C	Attività formative affini o integrative	Etica della comunicazione	12
M-FIL/05	A1	discipline semiotiche, lingusitiche e informat6iche	Linguaggi dei nuovi media	9
			Esame a scelta	6
		art.10, comma 5, lettera d	Lingua spagnola (mutuato da L36)	6
		art.10, comma 5, lettera d	Laboratorio di scrittura istituzionale e pubblicitaria (mutuato da L10)	2
		art.10, comma 5, lettera d	Laboratorio di lettura dell'immagine (mutuato da L3)	2
		art.10, comma 5, lettera d	Laboratorio di scrittura (mutuato da L10)	2
		art.10, comma 5, lettera d	Tirocini formativi e di orientamento	6
			Prova Finale	6
		A scelta dello studente		12
M-PSI/06			Psicologia del lavoro (mutuato da L24)	6
SPS/08			Organizzazione di eventi e ufficio stampa (mutuato da L3 -design)	6
M-FIL/05			Semiotica del testo	6
M-PSI/01			PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (mutua da L24) A-K	6

M-PSI/01			PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (mutua da L24) L-Z	6
SPS/01			Intercultural Communication of multi-level political and social processes	6
IUS/01			DIRITTO PRIVATO (mutuato da L36)	6
SECS-P/08			COMUNICAZIONE D'IMPRESA (mutuato da L33)	6
L-ART/06			STORIA DELLA TELEVISIONE (mutua da L3)	6
SPS/01			Governance dell'Unione Europea (mutuata da L36)	6
M-STO/04			STORIA DEL GIORNALISMO (mutuato da L36)	6
M-GGR/01			Urban and territorial marketing	6
SECS-P/08			GESTIONE DELLE IMPRESE E MARKETING (mutuato da L33)	6
SECS-P/08			Strategie d'impresa e gestione della comunicazione	6
SPS/12			Antropologia giuridica e comunicazione dei sistemi culturali	6
IUS/07			DIRITTO SINDACALE E DELLE RELAZIONI INDUSTRIALI	6
SECS-P/08			WEB CONTENT MARKETING (MUTUA SU LM51)	6
SECS-P/08			DIGITAL MARKETING STRATEGICO E TATTICO	6
SECS-P/08			Progettazione e processi organizzativi	6