Scienze della Comunicazione | indirizzo

Comunicazione Istituzionale e d'Impresa

Laurea Triennale L-20

IL CORSO DI LAUREA

Il percorso di studi in Comunicazione Istituzionale e d'Impresa mira a fornire una solida preparazione di carattere multidisciplinare finalizzata alla comprensione, all'analisi e all'utilizzo degli strumenti della comunicazione moderna in tutte le sue dimensioni: comunicazione istituzionale e d'impresa, marketing, e-commerce, pubblicità, social media, 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.

OBIETTIVI

Al termine del percorso di studi lo studente avrà acquisito:

- una solida preparazione teorica di base per affrontare gli aspetti socio-culturali, storico-politici, filosofici, economici, giuridici, tecnologici e mediali dei processi della comunicazione nell'età contemporanea
- un'adeguata padronanza dei diversi generi, formati e linguaggi della parola e dell'immagine, nonché dei linguaggi dei media (con particolare attenzione nei confronti dei nuovi media digitali)
- competenze metodologiche, tecniche e tecnologiche per la valutazione analitica e l'intervento sui processi della comunicazione
- 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

DIDATTICA

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; il 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.

SBOCCHI OCCUPAZIONALI E PROFESSIONALI

Gli sbocchi professionali previsti per il laureato in Scienze della Comunicazione, curriculum 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.

Piano di studi

I	Insegnamento	CFU
	Semiotica e filosofia dei linguaggi	12
	Informatica	6
	Organizzazione aziendale	6
	Sociologia dei processi economici	12
	Tecnica, storia e linguaggio dei mezzi audiovisivi	12
	Estetica della comunicazione	12

II	Insegnamento	CFU
	Sociologia della comunicazione e dell'informazione	9
	Diritto dell'informazione e della comunicazione	9
	Sociologia urbana, del turismo e del territorio	12
	Lingua inglese	6
	Metodologia della ricerca sociale	12
	Comportamenti organizzativi	6
	A scelta dello studente	6

III	Insegnamento	CFU
	Analisi del linguaggio politico	9
	Etica della comunicazione	12
	Linguaggi dei nuovi media	9
	Lingua spagnola	6
	Laboratorio di scrittura istituzionale e pubblicitaria	2
	Laboratorio di scrittura	2
	Laboratorio di lettura dell'immagine	2
	Storia del giornalismo	6
	A scelta dello studente	6
	Prova finale	6

Insegnamenti a scelta dello studente	
Organizzazione di eventi e ufficio stampa	6
Semiotica del testo	6
Psicologia della comunicazione	6
Intercultural communication of multi-level political and social processes	6
Diritto privato	6
Comunicazione d'impresa	6
Antropologia giuridica e comunicazione dei sistemi culturali	6
Storia della televisione	6
Governance dell'Unione europea	6
Urban and territorial marketing	6
Gestione delle imprese e marketing	6
Psicologia del lavoro	6
Strategie d'impresa e gestione della comunicazione	6
Diritto sindacale e delle relazioni industriali	6
Web content marketing	6
Digital marketing strategico e tattico	6
Progettazione e processi organizzativi	6