



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di UDINE
Nome del corso in italiano	Relazioni pubbliche (<i>IdSua:1593006</i>)
Nome del corso in inglese	Public Relations
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.uniud.it/it/didattica/corsi/area-umanistica-formazione/lingue-comunicazione-formazione/laurea/relazioni-pubbliche
Tasse	http://www.uniud.it/tasse
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	POCECCO Antonella
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Corso di Studio
Struttura didattica di riferimento	Lingue e Letterature, Comunicazione, Formazione e Società (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	AMADUZZI	Salvatore		PA	1	
2.	BRUSATI	Luca Giovanni Carlo		PO	1	

3.	COZZI	Donatella	PA	1
4.	GRECO	Francesca	RD	1
5.	JAMMERNEGG	Iris	RU	1
6.	KOMNINOS	Nickolas Demitrios George	RU	1
7.	MARINI	Andrea	PA	1
8.	MELCHIOR	Claudio	PA	1
9.	RAIMONDI	Fabio	RU	1
10.	SHVANYUKOVA	Polina	RD	1
11.	ZACCOMER	Gian Pietro	RU	1

Rappresentanti Studenti

Amoretti Serena amoretti.serena@spes.uniud.it
 Celaj Shpetim celaj.shpetim@spes.uniud.it
 Fontanot Leonardo fontanot.leonardo@spes.uniud.it
 Morello Gloria morello.gloria@spes.uniud.it
 Perrotta Sara perrotta.sara@spes.uniud.it

Gruppo di gestione AQ

Serena AMORETTI (studente)
 Luca Giovanni Carlo BRUSATI (docente)
 Carlo CARRATU' (pers. amm.)
 Antonella POCECCO (docente)
 Nicoletta VASTA (docente)

Tutor

Donatella COZZI
 Antonella POCECCO



Il Corso di Studio in breve

01/06/2023

Per 'relazioni pubbliche' si intende "la gestione strategica delle relazioni che esistono fra una organizzazione e i suoi diversi pubblici, attraverso la comunicazione, per raggiungere la comprensione reciproca, gli obiettivi organizzativi e servire l'interesse pubblico" (Flynn, Gregory & Valin, 2008).

Le relazioni pubbliche sono, più nel dettaglio, le attività continuative, consapevoli e programmate realizzate da qualsiasi organizzazione (impresa, associazione, ente o istituzione) per entrare e/o restare in relazione con i suoi 'stakeholder' (ossia 'portatori di interesse') e pubblici influenti (ad es. le istituzioni pubbliche, la stampa, gli opinion leaders, i dipendenti, i consumatori, gli azionisti, gli elettori) al fine di raggiungere gli obiettivi perseguiti. L'attività professionale del relatore pubblico si definisce pertanto come la capacità di creare, sviluppare, gestire e coordinare sistemi di relazione mediante un'attività continuativa, consapevole e programmata di analisi, di ricerca e di ascolto, di pianificazione di programmi specifici di relazione e comunicazione integrata fra l'organizzazione e i portatori di interesse.

Il percorso formativo del corso di studio si snoda attraverso l'apprendimento di conoscenze e competenze operative e manageriali nell'ambito delle discipline psicosociali, sociologiche, economiche, giuridiche, storiche, linguistiche, comunicative ed informatiche. Ciò corrisponde all'obiettivo di formare, in un'ottica interdisciplinare, una figura professionale in grado di operare in ambiti complessi e diversificati, utilizzando consapevolmente gli odierni strumenti della

comunicazione, di definire strategie e piani di comunicazione, nonché di verificarne i risultati.

Il percorso formativo prevede pertanto una formazione di base che si concentra in particolare nel primo anno di corso, cui seguirà un successivo approfondimento di alcune aree, abilità e competenze ed un progressivo avvicinamento ad alcuni ambiti caratterizzanti la professione nei due anni successivi. Ciò al fine di orientare all'acquisizione di capacità metodologiche dirette alla comprensione e alla gestione delle dinamiche comunicative, aziendali e istituzionali, finalizzate alle relazioni pubbliche, con particolare attenzione ai nuovi media, alla promozione ed alla pubblicità. Particolare rilievo sarà dedicato all'appropriato uso dei diversi codici linguistici della lingua italiana, e al rafforzamento e all'apprendimento delle lingue straniere negli ambiti di utilizzo del relatore pubblico.



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

15/05/2014

In data 17 dicembre 2007 la prof.ssa Antonella Riem, Preside della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, unitamente ai Presidenti delle Commissioni didattiche e ai loro delegati hanno presentato ai componenti dei Comitati di indirizzamento i nuovi ordinamenti didattici in applicazione al DM 270/2004. Hanno esaminato accuratamente tali ordinamenti, già approvati dal Consiglio di Facoltà, i dottori Walter De Liva (operatore nel campo della mediazione e responsabile di R. U. E.- Risorse Umane Europa di Udine), Claudia Malisano (docente di ruolo di Lingua Francese presso l'Istituto Magistrale C. Percoto di Udine e supervisore SISS- Udine), Marta Penso (membro dell'Associazione Italiana Traduttori e Interpreti - Sezione Friuli Venezia Giulia) e Massimo Panzini (esperto e operatore nel campo delle relazioni pubbliche). I membri dei comitati hanno espresso un parere positivo, sottolineando la funzionalità e la serietà dei progetti culturali e didattici che rinnovano in una prospettiva flessibile e dinamica l'offerta formativa della Facoltà stessa.

Sono stati apprezzati sia la nuova articolazione dell'ordinamento, dovuta anche alla riduzione degli insegnamenti, sia l'incremento dei crediti formativi nei settori scientifico-disciplinari ritenuti strategici per il progetto formativo e per le figure professionali in uscita.

In ottemperanza al nuovo Regolamento didattico di Ateneo (art. 9 comma 20) e alle disposizioni conseguenti all'istituzione dei Consigli di Corso di Studio, il Consiglio unificato dei CdS in Relazioni pubbliche e LM in Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni ha approvato, in data 25/9/2013, l'istituzione di un nuovo e più articolato Comitato di indirizzamento, con funzioni consultive in materia di definizione ed eventuale modifica dei percorsi formativi e di monitoraggio degli sbocchi occupazionali, composto da docenti e da esponenti del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni connesse alle Relazioni pubbliche. In quest'ultimo ambito, particolare rilevanza è stata data alle associazioni di categoria, quali ad esempio la Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FeRPI), con la quale il Corso di studio in Relazioni Pubbliche ha in essere, fin dal 2002, una Convenzione per incentivare le opportunità di collaborazione scientifica (convegni e seminari), le iniziative di formazione e di visibilità degli studenti del Corso di studi a livello nazionale, nonché l'apporto del Corso di studio stesso all'interno della Consulta Education di FeRPI e degli organi in cui sono già presenti docenti ed ex studenti, ossia quello per l'Attuazione e il coordinamento delle attività formative e il Centro studi.

Dal 2005 Assorel e FeRPI valutano, attraverso il gruppo Consulta Education coordinato da Emanuele Invernizzi, la qualità dei Corsi di Laurea (CdL) in Comunicazione e Relazioni Pubbliche proposti dalle università italiane e attribuiscono un "bollino blu" divenuto il simbolo del progetto che rappresenta l'avvenuto accreditamento dei CdL che mostrano un adeguato livello di formazione professionale. Il fine è di individuare quali sono i CdL più attenti alle reali esigenze della professione e delle organizzazioni, pubbliche, private e sociali, profit e non profit che ne determinano il mercato. Anche nell'ultimo processo di accreditamento, avvenuto nel 2010, il CdL in Relazioni pubbliche dell'Università di Udine è stato uno dei 67 CdL (o specifici curricula) di primo livello, sul totale di tutti i 133 CdL italiani la cui denominazione contiene le parole 'comunicazione' o 'relazioni', che ha ricevuto il prestigioso endorsement.

Inoltre, la collaborazione con le associazioni professionali di riferimento si esplica attraverso UniFerpi, che è la sezione studenti della FeRPI, nel cui Comitato Direttivo sono presenti alcuni studenti del corso goriziano, e il cui coordinatore nazionale è una laureata presso il suddetto corso.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Accreditamento dei Corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione e Relazioni pubbliche

15/06/2023

Le organizzazioni rappresentative di riferimento per le professioni delle Relazioni pubbliche sono state individuate nell'elenco proposto di seguito, precisando che tutte queste organizzazioni sono presenti – mediante i loro rappresentanti e/o delegati - nel Comitato di indirizzo, che si riunisce periodicamente per affrontare le problematiche inerenti il rapporto tra offerta didattica, mondo del lavoro e domanda di formazione:

- FERPI, Federazione Italiana delle Relazioni Pubbliche, che dal 1970 è l'associazione che rappresenta a livello nazionale i professionisti delle Relazioni Pubbliche e della Comunicazione, annoverando tra i suoi soci liberi professionisti, dirigenti, funzionari, dipendenti e collaboratori di aziende, enti pubblici, Enti del Terzo Settore, docenti universitari. La relativa sezione studenti, UniFERPI, ha come obiettivo quello di stimolare e agevolare, mediante eventi ed attività, un rapporto sinergico tra mondo accademico e mondo professionale.

Le consultazioni con FERPI, realizzate grazie a incontri periodici (con il Delegato Triveneto fino al 2016, in seguito con il Vice Presidente ed il Presidente Nazionale FERPI; del coordinatore UniFerpi Gorizia e dei rappresentanti degli studenti), oltre a rilevare le esigenze provenienti dal mondo della professione, danno vita ad una serie di azioni congiunte, quali:

- workshop professionalizzanti o cicli di incontri, tenuti da practitioner certificati FERPI per gli studenti del CdS in Relazioni pubbliche, sia a carattere teorico che pratico;

- progetto MENTORING FERPI / UNIUD per la realizzazione di percorsi di tirocinio professionalizzante da parte di studenti e laureati del CdS nelle agenzie e aziende associate a FERPI con individuazione di mentori aziendali, soci senior di FERPI e practitioner accreditati;

- collaborazione/partecipazione in occasione di eventi di particolare rilevanza per il CdS, come, ad esempio, la Sessione plenaria 'Professione comunicatore oggi: etica, sfide e talenti' nell'ambito del Ventennale del corso di laurea ('Relazioni pubbliche e Comunicazione: la storia, il domani', 25 e 26 ottobre 2018), che ha affrontato la discussione sullo status epistemologico della disciplina, l'evoluzione della professione, nonché delineato alcune indicazioni programmatiche per il futuro delle Relazioni pubbliche in ottica strategica. In occasione dell'ultima consultazione (riunione del Comitato di indirizzo, 14.06.2023), il Presidente nazionale ha evidenziato l'importanza della sezione studenti UniFerpi, in quanto strumento atto a garantire costante dialogo e confronto fra formazione universitaria e realtà professionale, rilevando parallelamente come la sezione di Gorizia sia particolarmente attiva in tal senso. Le attività di UniFerpi (come, ad esempio, la collaborazione al Festival delle Relazioni Pubbliche – InspiringPR) permettono a studenti/studentesse di misurarsi sul campo, affinando al contempo le proprie competenze professionalizzanti.

- UNA, Aziende della Comunicazione Unite, organizzazione a livello nazionale, nata nel 2019 per incorporazione di ASSOCOM e UNICOM e dall'aprile 2020 anche con ASSOREL, che al momento attuale conta 255 aziende associate operanti in tutta Italia, provenienti dal mondo delle agenzie creative e del digital, delle agenzie di relazioni pubbliche, dei centri media, degli eventi, del mondo retail. Nell'ultima consultazione (riunione del Comitato di indirizzo, 14.06.2023), sono state avanzate dal rappresentante di UNA alcune utili indicazioni per quanto riguarda la formazione di competenze metodologiche (sia quantitative che qualitative) e di gestione dei dati da parte dei futuri professionisti, al fine di accrescere la loro flessibilità e competenza in un mondo del lavoro in costante evoluzione.

- Fondazione Pubblicità Progresso, dal 1971 punto di riferimento per la comunicazione sociale, che con le attività del network Athena dedicato alle università consente l'aggiornamento costante sui temi sociali e della sostenibilità. Le consultazioni con la Fondazione Pubblicità Progresso permettono di approfondire le specifiche caratteristiche del settore della comunicazione sociale e le costanti collaborazioni, anche attraverso i docenti del Network Athena, hanno previsto:

- partecipazione degli studenti al contest nazionale 'On the Move' sulla Comunicazione sociale che vede una competizione diretta tra sei atenei italiani (individuati dalla Fondazione Pubblicità Progresso) per la messa a punto della migliore campagna di pubblicità sociale;

- collaborazione del CdS con la Fondazione per l'ideazione e organizzazione del primo e successive edizioni del Festival nazionale della comunicazione sociale.

- Ordine dei Giornalisti del Friuli Venezia Giulia e, per suo tramite, l'Ordine Nazionale dei Giornalisti. Alle consultazioni con l'Ordine dei Giornalisti del Friuli Venezia Giulia si accompagna inoltre un protocollo d'intesa e collaborazione con l'Università di Udine (approvato dal Senato Accademico in data 22.12.2015, firmata il 30.05.2016 e rinnovata il 21.06.2021 sino al 21.06.2024) che prevede di:

- incentivare l'attività di tipo seminariale svolta da professionisti incaricati dall'Ordine, finalizzata all'illustrazione di aspetti significativi del mondo della comunicazione e della professione giornalistica;
- collaborare alla progettazione e realizzazione di percorsi formativi di alta specializzazione in materia di comunicazione e informazione pubblica riservati sia agli iscritti all'Ordine, professionisti e pubblicitari, sia a studenti e laureati dell'Università;
- promuovere a beneficio degli studenti universitari visite ad aziende editoriali e della comunicazione a scopo didattico;
- promuovere l'organizzazione di periodi di tirocinio di formazione ed orientamento presso aziende editoriali e della comunicazione, riservati agli studenti e laureandi iscritti ai curricula di ambito comunicativo;
- favorire l'aggiornamento continuo dei giornalisti facilitando, nel rispetto della vigente normativa in materia di didattica universitaria, la frequenza dei detti professionisti ai corsi universitari.

- PMI - Project Management Institute Northern Italy Chapter, organizzazione senza scopo di lucro, la cui missione è promuovere la cultura del project management. Nell'ultima consultazione (riunione del Comitato di indirizzo, 14.06.2023), il rappresentante del Branch Nord Est - PMI-NIC ha evidenziato l'esigenza di porre particolare attenzione, nel percorso formativo, all'approfondimento delle differenze intercorrenti fra le diverse tipologie di comunicazione, rilevandone l'importanza nel suo settore professionale.

- per quanto riguarda la rete europea di associazioni di professionisti e studiosi del settore: EUPRERA, European Public Relations Education and Research Association (fondata nel 1959 come CERP Education & Research), organizzazione indipendente cui aderiscono membri di 40 Paesi interessati a far progredire la ricerca accademica e la conoscenza nell'ambito della comunicazione strategica.

Si ricorda inoltre:

- la collaborazione con la Fondazione Nord EST, che ha consentito la definizione di un protocollo d'intesa e collaborazione per l'Università di Udine per l'analisi del mercato delle professioni delle comunicazioni;
- la convenzione firmata dal CdS e la Prefettura di Gorizia, che prevede la realizzazione di iniziative di formazione/aggiornamento professionalizzante, nonché tirocini formativi, sui temi della comunicazione pubblica nell'ambito della gestione dell'immigrazione e dell'integrazione culturale degli stranieri;
- la collaborazione con SKAL International (International Association of Travel and Tourism Professionals), organizzazione associativa che si occupa di destination management, promozione turistica e territoriale; collaborazioni sui progetti formativi e iniziative di aggiornamento professionale in tema di comunicazione pubblica per il marketing territoriale culturale.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale Comitato di indirizzo del 14.6.2023



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Le relazioni pubbliche rappresentano una disciplina innovativa che si occupa del coordinamento e del governo delle scelte strategiche dei diversi attori coinvolti nei processi comunicativi e decisionali delle imprese e delle istituzioni. Il corso forma esperti in grado di mettere la propria professionalità al servizio di

funzione in un contesto di lavoro:

L'obiettivo formativo del corso è la creazione di una figura professionale in grado di gestire l'insieme delle dinamiche relazionali che intercorrono tra organizzazioni private e pubbliche, persone, prodotti e servizi con gli stakeholder e pubblici influenti di riferimento.

Le principali competenze e abilità associate alla funzione del relatore pubblico sono le competenze di base della comunicazione e dell'informazione, comprese quelle relative alle nuove tecnologie, e le abilità quotidiane ("first-day skills") necessarie allo svolgimento di attività redazionali, di comunicazione e di relazione con il pubblico in aziende private, nei diversi settori dei media e negli enti pubblici, privati e del non profit.

La comunicazione è tuttavia uno strumento, e non il fine, delle relazioni pubbliche, il cui fine è invece stabilire relazioni con i pubblici. La prima competenza da sviluppare, per un relatore pubblico, è quindi la capacità di osservare i pubblici, analizzare le loro aspettative e negoziare gli intricati e molteplici interessi di cui sono portatori – in breve, il relatore pubblico deve sviluppare l'etica dell'ascolto, integrata dalle capacità di "lettura critica" delle modalità di comunicazione e del contesto socio-culturale in cui si trova ad operare.

Il relatore pubblico deve inoltre saper utilizzare efficacemente in forma scritta e orale, nei contesti professionali di sua pertinenza, l'inglese e una seconda lingua straniera, nonché possedere competenze specialistiche nei diversi codici della lingua italiana.

competenze associate alla funzione:

Il corso si propone di fornire competenze operative trasversali e convertibili, ossia mirate ad un livello strategico di 'generalità' e di 'essenzialità' che ne consenta l'applicazione analitica e l'affinamento nelle diverse nicchie e infrastrutture territoriali della professione. Tali competenze, realizzate in un disegno pedagogico di autonomia nell'apprendimento continuo ("lifelong learning"), sono basate sulla conoscenza dei fondamenti delle scienze umane e sociali, con l'attenzione rivolta alla comprensione e all'utilizzo degli strumenti comunicativi interpersonali e collettivi e alla gestione delle relazioni pubbliche in ambito aziendale e istituzionale, in particolare per quanto concerne l'organizzazione e il coordinamento di eventi e le "media relations".

sbocchi occupazionali:

I laureati potranno assumere i ruoli di responsabili delle relazioni pubbliche, di gestori della comunicazione e del marketing aziendale e istituzionale nonché di organizzatori di eventi e redattori di testi per l'industria comunicativa e pubblicitaria.



1. Tecnici dell'acquisizione delle informazioni - (3.3.1.3.1)
2. Intervistatori e rilevatori professionali - (3.3.1.3.2)
3. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
4. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
5. Agenti di pubblicità - (3.3.4.4.0)
6. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
7. Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)



31/03/2014

Per essere ammessi al corso di laurea occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore, o di altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo dalla vigente normativa.

Il grado di approfondimento della preparazione iniziale, costituita da un buon livello di cultura generale e da competenze nelle macroaree disciplinari caratterizzanti il Corso di Studi, come individuate nella Scheda Unica Annuale, verrà verificato mediante un test scritto obbligatorio, organizzato e seguito da una specifica commissione di docenti. La commissione indicherà con congruo anticipo una lista di letture propedeutiche utili a sostenere la prima prova del test di ingresso.

Qualora la verifica non risulti positiva verranno indicati specifici obblighi formativi da soddisfare nel primo anno di corso mediante modalità di recupero del debito formativo indicate dalla medesima commissione di docenti. Al fine di verificare il recupero del debito, verranno effettuate ulteriori sessioni del test scritto.



08/06/2023

La preparazione iniziale dello studente è verificata mediante un test di ammissione scritto con modalità di domanda a scelta multipla. Gli item della prova sono incentrati sui contenuti derivati dalle tre macroaree disciplinari caratterizzanti il CdS: l'area delle Lingue e dei linguaggi, l'area delle Scienze sociali e delle relazioni, l'area dell'Economia e della comunicazione d'impresa e l'Area Storico-politologica. La prova è messa a punto da una specifica commissione di docenti (composta da due componenti per ognuna delle aree disciplinari) che somministra il test e valuta il livello di competenza in entrata degli studenti. La struttura del test è stata sottoposta ad una verifica di affidabilità tesa ad evitare l'inserimento nella prova di item poco diagnostici della preparazione degli studenti (item troppo facili o troppo difficili). La commissione inoltre indica con congruo anticipo una lista di letture propedeutiche utili a sostenere il test di accesso.



Qualora la verifica non risulti positiva vengono indicati specifici obblighi formativi da soddisfare nel primo anno di corso mediante modalità di recupero del debito formativo indicate dalla medesima commissione di docenti. Al fine di verificare il recupero del debito, vengono effettuate ulteriori sessioni del test scritto.

Il calendario delle prove, le informazioni di carattere operativo, alcune domande tipo del test nonché i docenti di riferimento della commissione potranno essere individuati al link di seguito indicato.


Link: <https://www.uniud.it/it/didattica/info-didattiche/conoscenze-requisiti-accesso/laurea-relazioni-pubbliche> (Conoscenze e requisiti per l'accesso)



L'obiettivo formativo globale del corso è la creazione di una figura professionale in grado di conoscere e gestire le peculiari dinamiche di relazione e di comunicazione delle organizzazioni private e pubbliche con gli stakeholder primari e secondari. Il corso si propone pertanto di fornire una conoscenza dei fondamenti delle scienze umane e sociali, di sviluppare competenze di base teorico-metodologiche idonee alla comprensione e all'utilizzo degli strumenti comunicativi interpersonali e collettivi e alla gestione delle relazioni pubbliche in ambito aziendale e istituzionale. Il percorso formativo si snoda quindi attraverso l'apprendimento di nozioni e competenze nell'ambito di quattro macro-aree (storico-politologica; lingue e linguaggi; scienze sociali e delle relazioni; economia e comunicazione d'impresa) e prevede una formazione di base che si concentra in particolare nel primo anno di corso, cui seguirà un successivo approfondimento ed un progressivo avvicinamento ad alcuni ambiti caratterizzanti negli anni successivi al primo, anche per il tramite di esperienze professionalizzanti dedicate (laboratori e tirocini). Ciò al fine di acquisire conoscenze e competenze dirette alla comprensione e alla gestione delle dinamiche comunicative, aziendali e istituzionali, finalizzate alle relazioni pubbliche, con l'attenzione rivolta anche al mondo dei nuovi media, della promozione e della pubblicità. Particolare rilievo sarà dedicato all'appropriato uso dei diversi linguaggi simbolici e al perfezionamento delle lingue straniere negli ambiti di specializzazione del relatore pubblico.

 QUADRO A4.b.1 	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
---	--

Conoscenza e capacità di comprensione		
Capacità di applicare conoscenza e comprensione		

 QUADRO A4.b.2	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio
---	--

Area storico-politologica
<p>Conoscenza e comprensione</p> <p>Al completamento del percorso di studi i laureati avranno acquisito conoscenze specifiche e comprensione concernenti le relazioni tra potere, istituzioni e cittadinanza nelle società attuali, approfondendo sia le matrici della diverse culture politiche che le linee fondamentali del processo di integrazione europea; le connessione tra fatti, questioni nodali della storia contemporanea e comunicazioni di massa, in riferimento sia alle dimensioni europea che mondiale; i fondamenti, miti e riti delle principali religioni, in particolare di quelle universali e di quelle presenti nel contesto europeo e italiano, mediante l'approfondimenti di alcuni aspetti di carattere storico-religioso, sociologico e della comunicazione, affinando gli strumenti interpretativi atti a cogliere le origini di problematiche a livello globale e le sfide poste dalla complessità del presente.</p>

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al completamento del percorso di studi i laureati saranno in grado di analizzare i principali contesti storici e religiosi, nonché le peculiari dinamiche ad essi correlate; i contenuti politici e giuridici della società contemporanea, applicando una valutazione personale tra varie interpretazioni o ricostruzioni storiche, politiche e istituzionali, in base agli elementi disponibili; i temi centrali della storia contemporanea e le connessioni fra avvenimenti e problemi; le evoluzioni dello scenario globale in un'ottica inter- e trans-culturale, grazie allo sviluppo di una metodologia di studio che valorizza l'autonomia di giudizio e l'atteggiamento critico rispetto alle tematiche affrontate.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CULTURE POLITICHE IN EUROPA [url](#)

DINAMICHE RELIGIOSE [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA E D. COMUNICAZIONI DI MASSA [url](#)

Area delle Lingue e dei Linguaggi

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'Area mirano allo sviluppo della necessaria consapevolezza del nesso lingua-cultura e della riflessione metalinguistica, anche in rapporto alle varietà di lingua determinate dalle variabili geografiche, socioculturali e comunicative; alla conoscenza e comprensione dei fondamenti, metodi e tecnologie relative al sistema di elaborazione delle informazioni, considerando le relazioni tra i vari aspetti delle tecnologie informatiche applicate; allo sviluppo di abilità di analisi ed elaborazione critica di testi complessi, anche multimediali, inerenti ai temi fondamentali delle relazioni pubbliche e della comunicazione digitale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso formativo i laureati saranno in grado di mettere in atto strategie e tecniche finalizzate ad una comunicazione efficace, anche in lingua straniera e in contesti interculturali e plurilingui, negli ambiti operativi e professionali di pertinenza del relatore pubblico, con un'attenzione rivolta in particolare all'analisi dei diversi pubblici di riferimento, alla negoziazione, alla gestione di situazioni di crisi e alla comunicazione in ambienti Web 2.0. Inoltre, i laureati saranno messi in grado di utilizzare con padronanza gli strumenti informatici, nell'ottica di un apprendimento costante orientato ad un'evoluzione autonoma e ad un adattamento ai cambiamenti futuri.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

FONDAMENTI DI INFORMATICA [url](#)

LABORATORIO DI INFORMATICA MULTIMEDIALE [url](#)

LABORATORIO DI SCRITTURA [url](#)

LINGUA E COMUNICAZIONE INGLESE I [url](#)

LINGUA E COMUNICAZIONE INGLESE II [url](#)

LINGUA E COMUNICAZIONE INGLESE III [url](#)

LINGUA E COMUNICAZIONE SLOVENA [url](#)

LINGUA E COMUNICAZIONE SPAGNOLA [url](#)

LINGUA E COMUNICAZIONE TEDESCA [url](#)

LINGUISTICA DIGITALE [url](#)

Area delle Scienze sociali e delle Relazioni

Conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso i laureati avranno acquisito conoscenze specifiche inerenti il funzionamento delle dinamiche di interazione ed influenza interpersonali, inter-gruppo, sociali e di massa, a partire dagli approcci interpretativi specifici alle diverse discipline. Sarà così sviluppata la comprensione dei diversi fattori ed elementi inerenti i processi di comunicazione in riferimento a contesti complessi e pubblici diversi; dei processi di influenza e interazione di natura culturale, mediale e sociale; dei principali fenomeni socio-economici che gravano su un territorio e inferiscono sulla sua struttura, organizzazione, sviluppo, competitività e valorizzazione; delle logiche ed evoluzioni intrinseche ai mezzi di comunicazione di massa in rapporto alla formazione dei costrutti referenziali e clima di opinione e, infine, degli strumenti metodologici di base, necessari per comprendere in maniera pertinente i differenti approcci teorici nell'ambito della ricerca sociale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso formativo i laureati saranno in grado di padroneggiare tecniche, strumenti e logiche di analisi, promozione, valorizzazione ed influenza applicati ai diversi ambiti professionali della comunicazione: produzione testuale, pubblicità, giornalismo e media relations, gestione delle risorse umane e delle relazioni esterne delle organizzazioni. Oltre ad aver acquisito le competenze necessarie per gestire e progettare processi di comunicazione off line e on line, per interpretare e correlare informazioni sia di tipo qualitativo che quantitativo nell'analisi di fenomeni socio-economici alla luce delle caratteristiche peculiari di un territorio, i laureati saranno in grado di scegliere e conseguentemente applicare gli strumenti metodologici idonei all'impostazione autonoma di un progetto di ricerca a seconda del contesto di riferimento.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANTROPOLOGIA CULTURALE [url](#)

GEOGRAFIA E ANALISI DEI DATI TERRITORIALI [url](#)

LABORATORIO DI METODOLOGIA DELLA RICERCA [url](#)

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

PSICOLOGIA DELLE RELAZIONI [url](#)

SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA [url](#)

SOCIOLOGIA E METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE [url](#)

TEORIA E TECNICA DELLE RELAZIONI PUBBLICHE 1 [url](#)

TEORIA E TECNICA DELLE RELAZIONI PUBBLICHE 2 [url](#)

TEORIE E TECNICHE DI NEGOZIAZIONE [url](#)

Area dell'Economia e della Comunicazione d'impresa

Conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso formativo i laureati saranno in grado di conoscere e comprendere le modalità di funzionamento delle organizzazioni delle diverse specie, il sistema di interdipendenze con l'ambiente nel quale esse operano e gli obiettivi che esse perseguono, nonché il ruolo della comunicazione quale strumento per il raggiungimento di migliori performance. In particolare, i laureati saranno messi in grado di conoscere e comprendere linguaggio, attori, mezzi, strumenti e processi della comunicazione pubblicitaria e del marketing management; nozioni introduttive al diritto, finalizzate sia alla comprensione dei rapporti tra l'ordinamento giuridico ed il cittadino che i presupposti necessari allo sviluppo della propria professionalità; aspetti teorici, tecnici e pratici dell'utilizzo della Geomatica e dei Sistemi Informativi Territoriali (SIT-GIS) a supporto delle attività di analisi e promozione delle aziende e del territorio da parte degli enti pubblici; logica, concetti di base e terminologia specialistica concernenti le modalità di funzionamento di aziende di diversa natura e l'articolazione e le caratteristiche del sistema di relazioni nel quale un'azienda opera.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso formativo i laureati sapranno analizzare le modalità di funzionamento, il sistema di

interdipendenze con l'ambiente e gli obiettivi perseguiti da organizzazioni reali, identificandone punti di forza e ambiti di miglioramento, finalizzando l'utilizzo degli strumenti di comunicazione al raggiungimento di migliori performance. I laureati saranno in grado di valutare criticamente le nuove tendenze negli studi e nelle applicazioni di marketing ed adottare l'approccio più appropriato ai diversi contesti applicativi; utilizzare risorse metodologiche e concettuali per applicare i meccanismi della pubblicità e valutare la coerenza del messaggio rispetto al brief della campagna pubblicitaria, alla strategia di marketing e al contesto sociale; sfruttare le competenze acquisite per fornire supporto ai decisori delle aziende e delle pubbliche amministrazioni e produrre analisi e simulazioni.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E NUOVI MEDIA [url](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

ECONOMIA AZIENDALE I [url](#)

ECONOMIA AZIENDALE II [url](#)

GEOMATICA E NUOVE TECNOLOGIE [url](#)

LABORATORIO DI ADVERTISING [url](#)

LABORATORIO DI TECNICHE DI ORGANIZZAZIONE [url](#)

MARKETING [url](#)




QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

<p>Autonomia di giudizio</p>	<p>La formazione offerta consentirà ai laureati di svolgere la loro professione partendo dalla raccolta di dati di base, individuando un percorso che focalizzi i problemi da affrontare e risolvere, tenendo conto delle implicazioni etiche e sociali correlate. Il problem solving sarà una metodologia applicata ad una molteplicità di ambiti in cui si svolgono le relazioni pubbliche. La solida base culturale acquisita relativamente all'uso di strumenti di base permetterà al laureato di affrontare con successo le problematiche insite nella professione di relatore pubblico, progettando con efficacia un percorso che tenga conto delle diverse variabili in gioco. Il laureato inoltre darà particolare risalto alla valutazione del percorso che permetterà di definire nella sua complessità i risultati ottenuti sotto i diversi profili professionali. L'autonomia di giudizio verrà pertanto acquisita durante il percorso didattico mediante attività formative volte ad analizzare criticamente e a rielaborare efficacemente i contenuti trasmessi quali ad esempio la redazione di elaborati di brevi progetti di comunicazione e di Relazioni pubbliche. Attraverso la prova finale si potrà quindi valutare il consolidamento dell'autonomia di giudizio critico acquisita dagli studenti e la loro capacità di analisi della complessità dei processi comunicativi nelle società globalizzate.</p>	
<p>Abilità comunicative</p>	<p>I laureati saranno in grado di rivolgersi ad una molteplicità di soggetti, adeguando il proprio linguaggio agli interlocutori e ai contesti istituzionali o</p>	

	<p>aziendali in cui andranno a operare. I diversi codici e le abilità linguistiche verbali e non verbali in possesso dei laureati costituiranno un aspetto rilevante del profilo. Inoltre le competenze acquisite nei diversi linguaggi comunicativi permetteranno al laureato di affrontare con competenza l'articolato mondo dei nuovi linguaggi visivi e dei nuovi media. Le competenze acquisite nei diversi linguaggi comunicativi attraverso lezioni, esercitazioni dei collaboratori linguistici di madrelingua, prove intermedie di autovalutazione, attività seminariali, simulazione di casi di studio, attività di laboratorio di scrittura, di comunicazione pubblica, istituzionale, pubblicitaria permetteranno allo studente di Relazioni pubbliche di operare con competenza teorica e pratica nell'articolato mondo dei nuovi linguaggi verbali e non verbali, audiovisivi, multimediali e dei nuovi media. Le abilità comunicative saranno acquisite anche attraverso stage, attività di tirocinio, convegni e seminari scientifici e professionalizzanti che completeranno l'offerta formativa del corso; sarà prevista la possibilità di trascorrere periodi all'estero con progetti Erasmus per affinare le competenze professionali, di relazione e di comunicazione interculturale, indispensabili per il relatore pubblico nel mercato globalizzato. Le prove di valutazione permetteranno di dimostrare la capacità degli studenti di comunicare e di rapportarsi ai diversi portatori di interessi in modo appropriato al contesto e agli obiettivi perseguiti.</p>	
<p>Capacità di apprendimento</p>	<p>I laureati del primo ciclo avranno acquisito una preparazione di base e un'attitudine allo studio autonomo rese possibili dalla solida metodologia di studio e di apprendimento acquisita, di organizzazione dello studio coadiuvato anche dall'eventuale impiego di mezzi informatici e telematici finalizzati sia all'acquisizione di conoscenze e competenze sia alla loro interconnessione. La prova finale (ad es. un lavoro progettuale, di ricerca, ecc.) permetterà di verificare l'acquisizione delle competenze comunicative e di rielaborazione autonoma delle nozioni acquisite nel corso di studi.</p>	


QUADRO A4.d
Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

13/06/2022

Le attività affini ed integrative concorrono, in maniera sinergica, alla configurazione del profilo professionale del relatore pubblico perché finalizzate all'acquisizione di ulteriori conoscenze specifiche e competenze trasversali, applicabili nei processi di comunicazione nella loro polisemica complessità.

Gli studenti acquisiranno pertanto conoscenze specialistiche negli ambiti linguistico, giuridico, storico-religioso, geografico, geomatico ed antropologico, sviluppando capacità comunicative, di analisi e autonomia di giudizio in riferimento a contesti interculturali e plurilingui, a dinamiche di valorizzazione e promozione incentrate sulle potenzialità di un territorio ed ai rapporti fra quadro giuridico e cittadino.

15/05/2014

La prova finale consisterà nella predisposizione di un elaborato che verterà su contenuti coerenti con gli obiettivi formativi del corso di studio oppure relativo ad un progetto di relazioni pubbliche, di comunicazione, di promozione aziendale o territoriale.

L'elaborato finale può consistere ad esempio:

- nell'approfondimento e nello sviluppo di un'esperienza dello studente maturata durante il tirocinio obbligatorio;
- in una relazione, con adeguata riflessione metodologico-analitica, incentrata su un'indagine svolta 'sul campo' nell'ambito delle relazioni pubbliche;
- in una proposta progettuale nell'ambito delle relazioni pubbliche;
- in un progetto di comunicazione anche su supporto audiovisivo o informatico;
- in un'analisi critica di testi e documenti inerenti le relazioni pubbliche;
- in una rassegna critica di carattere bibliografico.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elenco tesi di laurea aa.aa. 2011/2012 - 2012/2013

08/06/2023

La tesi di laurea in Relazioni Pubbliche, di 6 CFU, consiste in un elaborato scritto predisposto sotto la guida di un relatore. Il relatore può essere, al momento dell'assegnazione dell'argomento di tesi, qualsiasi docente di ruolo nell'Università di Udine o responsabile di un insegnamento del medesimo ateneo.

La tesi di laurea in Relazioni Pubbliche è concepita come un elaborato con le caratteristiche di un lavoro di analisi, rielaborazione e approfondimento di uno specifico tema di una delle aree disciplinari del corso e/o osservazione empirica di un caso di studio e/o progetto di tirocinio. La tesi, a richiesta del docente o dello studente, può essere redatta in lingua diversa dall'italiano per comprovate esigenze didattico-formative proprie del corso di studi, ovvero proprie dell'argomento oggetto della dissertazione; in tal caso viene redatto un abstract in italiano.

La ripartizione didattica provvederà a calcolare la media in centodecimi degli esami sostenuti, ponderando i punteggi conseguiti e senza tener conto degli esami senza votazione numerica. La commissione di laurea ha a disposizione fino ad un massimo di 6/110 da assegnare alla prova finale (secondo i seguenti parametri: 1-2 punti: giudizio sufficiente, 3-4 punti: giudizio buono, 5-6 punti: giudizio ottimo attribuibile a una tesi strutturata in modo da far emergere l'apporto personale del candidato, una corretta chiave di impostazione metodologica, nonché capacità di utilizzo critico dei supporti bibliografici e documentali). Un ulteriore 1/110 dovrà essere assegnato allo studente che abbia concluso la propria carriera nel rispetto della durata standard. Nel caso di studente che non si laurei nel rispetto della durata standard, tale ulteriore 1 punto potrà essere assegnato in presenza di una carriera arricchita da esperienze formative di particolare rilievo. L'elenco di dette esperienze, approvato dal Consiglio di corso di studio, è costantemente aggiornato ed è reperibile al link: <http://www.uniud.it/it/didattica/info-didattiche/regolamento-esame-laurea/laurea-relazioni-pubbliche/laurea-relazioni-pubbliche>.

La lode potrà essere assegnata, con l'unanimità dei consensi, solamente nel caso di un giudizio ottimo sul lavoro di tesi. Ulteriori informazioni riguardanti la stesura della tesi di laurea potranno essere individuate al link di seguito riportato.

Presso la sede di Gorizia sono previsti inoltre, durante i semestri di lezione, alcuni seminari propedeutici alla definizione del progetto di tesi, alla strutturazione di una ricerca bibliografica e conseguente stesura di un elaborato di tesi.

Link: <http://www.uniud.it/it/didattica/info-didattiche/regolamento-esame-laurea/laurea-relazioni-pubbliche/laurea-relazioni-pubbliche> (Regolamento dell'esame di laurea)

Offerta didattica programmata

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica	39	39	27 - 54
	↳ <i>FONDAMENTI DI INFORMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳ <i>LINGUISTICA DIGITALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	↳ <i>LINGUA E COMUNICAZIONE INGLESE I (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
↳ <i>LINGUA E COMUNICAZIONE INGLESE II (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>				
↳ <i>LINGUA E COMUNICAZIONE INGLESE III (3 anno) - 9 CFU - obbl</i>				
Discipline sociali e mediologiche	SPS/07 Sociologia generale	18	18	18 - 36
	↳ <i>SOCIOLOGIA E METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA (2 anno) - 9 CFU - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 51 (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			57	51 - 90

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	42	33	24 - 45
	↳ <i>MARKETING (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			

	<p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <p>↳ <i>TEORIA E TECNICA DELLE RELAZIONI PUBBLICHE 1 (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E NUOVI MEDIA (3 anno) - 9 CFU</i></p> <p>↳ <i>TEORIA E TECNICA DELLE RELAZIONI PUBBLICHE 2 (3 anno) - 12 CFU - obbl</i></p> <p>↳ <i>TEORIE E TECNICHE DI NEGOZIAZIONE (3 anno) - 9 CFU</i></p>			
Scienze umane ed economico-sociali	<p>M-PSI/01 Psicologia generale</p> <p>↳ <i>PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <p>M-PSI/05 Psicologia sociale</p> <p>↳ <i>PSICOLOGIA DELLE RELAZIONI (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <p>SECS-P/07 Economia aziendale</p> <p>↳ <i>ECONOMIA AZIENDALE I (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <p>↳ <i>ECONOMIA AZIENDALE II (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p>	27	27	18 - 42
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	<p>M-STO/04 Storia contemporanea</p> <p>↳ <i>STORIA CONTEMPORANEA E D. COMUNICAZIONI DI MASSA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <p>SPS/02 Storia delle dottrine politiche</p> <p>↳ <i>CULTURE POLITICHE IN EUROPA (3 anno) - 6 CFU - obbl</i></p>	12	12	12 - 27
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 63 (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti			72	63 - 114

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività		66	18	18 -

formative affini o integrative	IUS/10 Diritto amministrativo		36 min 18
	↳ <i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU</i>		
	L-LIN/07 Lingua e traduzione - lingua spagnola		
	↳ <i>LINGUA E COMUNICAZIONE SPAGNOLA (2 anno) - 12 CFU</i>		
	L-LIN/14 Lingua e traduzione - lingua tedesca		
	↳ <i>LINGUA E COMUNICAZIONE TEDESCA (2 anno) - 12 CFU</i>		
	L-LIN/21 Slavistica		
	↳ <i>LINGUA E COMUNICAZIONE SLOVENA (2 anno) - 12 CFU</i>		
	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche		
	↳ <i>ANTROPOLOGIA CULTURALE (2 anno) - 6 CFU</i>		
M-GGR/02 Geografia economico-politica			
↳ <i>GEOGRAFIA E ANALISI DEI DATI TERRITORIALI (2 anno) - 6 CFU</i>			
↳ <i>GEOMATICA E NUOVE TECNOLOGIE (2 anno) - 6 CFU</i>			
M-STO/06 Storia delle religioni			
↳ <i>DINAMICHE RELIGIOSE (2 anno) - 6 CFU</i>			
Totale attività Affini			18 18 - 36

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	6 - 6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	-
Ulteriori attività formative	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-

(art. 10, comma 5, lettera d)	Abilità informatiche e telematiche	3	3 - 6
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	3 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		33	30 - 39

CFU totali per il conseguimento del titolo	180	
CFU totali inseriti	180	162 - 279