

Allegato **B2**

Quadro degli obiettivi formativi specifici e delle propedeuticità

Corso di Laurea in RELAZIONI PUBBLICHE

Rau, art. 12, comma 2, lettera b

N.	Insegnamento	Settore SSD	<i>Learning outcomes:</i> conoscenze e abilità da acquisire		Propedeuticità obbligatorie*
1	Antropologia culturale [6 crediti] [insegnamento opzionale]	M-DEA/01	<i>Conoscenza e comprensione</i>	conoscere i principali metodi della disciplina e i concetti di base con i quali affrontare una lettura culturale di un contesto; conoscere e saper affrontare una lettura culturale di un contesto, mettendo in dialogo più punti di vista	nessuna
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	saper decifrare e interpretare un contesto culturale; saper inquadrare un problema socio-culturale, applicando le conoscenze di cui sopra e affinando le proprie competenze linguistiche e analitiche.	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	saper effettuare una scelta personale fra più interpretazioni o ricostruzioni di un testo, un evento, un problema sociale, in base agli elementi disponibili.	
			<i>Abilità comunicative</i>	saper illustrare con rigore logico e terminologico, a voce e per iscritto, questioni anche tecniche inerenti all'approccio antropologico.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	saper reperire e utilizzare strumenti bibliografici e informatici utili per l'approfondimento autonomo di problemi culturali inerenti a uno specifico campo di studio.	
2	Comunicazione pubblicitaria e nuovi media [9 crediti] [insegnamento opzionale]	SPS/08	<i>Conoscenza e comprensione</i>	conoscere il linguaggio base della pubblicità, conoscere gli attori principali delle agenzie, i processi base della comunicazione pubblicitaria tradizionale e online conoscere gli elementi fondamentali del rapporto tra bambini e pubblicità	nessuna
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	conoscere e comprendere i meccanismi fondamentali della pubblicità (modelli teorici, strumenti di ricerca e di valutazione, stili creativi) saper analizzare la coerenza tra un'immagine e un testo rispetto ad un brief per una campagna pubblicitaria	
			<i>Autonomia di</i>	saper riconoscere, scegliere e prendere	

			<i>giudizio</i>	decisioni inerenti le strategie e gli strumenti più adatti di gestione di un problema di relazioni pubbliche	
			<i>Abilità comunicative</i>	saper illustrare con chiarezza e capacità di sintesi gli elementi chiave della comunicazione pubblicitaria	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	saper utilizzare con profitto informazioni relative alle modalità di interazione tra le agenzie di comunicazione pubblicitaria e le agenzie di Relazioni Pubbliche saper reperire dai testi, dalle riviste scientifiche internazionali, dalle risorse specializzate e dall'osservazione della realtà informazioni utili all'approfondimento autonomo delle diverse modalità comunicazione pubblicitaria sui vecchi e nuovi media	
3	Culture politiche in Europa [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]	SPS/02			26
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	conoscere i profili fondamentali del pensiero politico europeo in età moderna e contemporanea, con particolare riferimento alle dinamiche di conflitto e di cooperazione tra gli Stati e al processo d'integrazione europea, nei suoi presupposti teorici e nei suoi sviluppi storici, politici e istituzionali..	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	saper contestualizzare lo sviluppo politico dell'Europa e della sua integrazione, applicando le conoscenze di cui sopra e affinando le proprie competenze analitiche. sviluppare una comprensione più matura delle relazioni tra democrazia, potere, diritto e cittadinanza, applicando tali concetti all'Europa di oggi.	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	saper effettuare una valutazione personale tra varie interpretazioni o ricostruzioni storiche, politiche e istituzionali, in base agli elementi disponibili.	
			<i>Abilità comunicative</i>	saper illustrare con rigore logico e terminologico i temi e le problematiche inerenti al campo di studio affrontato.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	saper reperire e utilizzare strumenti bibliografici e informatici utili per l'approfondimento autonomo di problemi inerenti al campo di studio affrontato.	
4	Dinamiche religiose [6 crediti] [insegnamento opzionale]	M-STO/06			nessuna
			<i>Conoscenza e</i>	Lo studente dovrà aver acquisito una	

			<i>comprensione</i>	buona capacità di comprensione della dimensione religiosa e dell'interpretazione dei suoi aspetti nella storia e nella società contemporanea, sia per la situazione generale che per gli eventi di attualità.	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	La metodologia dell'insegnamento sarà finalizzata a far comprendere allo studente in maniera elevata le caratteristiche della dimensione storico-religiosa e a fargli raggiungere una capacità di applicare le adeguate conoscenze e competenze acquisite e la comprensione delle dinamiche religiose quale esperto nella comunicazione.	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	Il corso avrà quale obiettivo la finalità di far acquisire allo studente un'autonomia di giudizio nello specifico della materia, che allo stato attuale risulta di rilievo, si presenta fondamentale per contestualizzare, collegare, applicare le competenze e operare in maniera qualificata, equilibrata ed oggettiva nelle Relazioni Pubbliche.	
			<i>Abilità comunicative</i>	Le competenze acquisite in maniera adeguata, pienamente raggiunte, consentiranno di manifestare e di applicare le abilità comunicative ad esse collegate, importanti per la rilevanza della dimensione religiosa e interculturale nella società contemporanea, in molti casi necessarie per l'impegno professionale.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	La capacità di apprendimento nell'ambito della dimensione religiosa e delle dinamiche all'interno della stessa dovrà garantire un livello professionale nei principali contesti nei quali i futuri laureati si troveranno ad agire; come di consueto sarà sviluppata attraverso la metodologia applicata nella didattica secondo la tradizione storico-religiosa italiana.	
5	Diritto dell'Informazione e della comunicazione [6 crediti] [insegnamento opzionale]	IUS/10			nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	fornire le conoscenze introduttive al diritto che consentano di leggere un quotidiano per ricavarne le informazioni giuridiche necessarie alla comprensione dei cambiamenti nei rapporti tra l'ordinamento giuridico, il cittadino e	

				qualsiasi persona umana e per aggiornare le conoscenze giuridiche necessarie alla propria professione futura; lo studente dovrà dimostrare la comprensione della libertà di manifestazione del pensiero nell'interpretazione della Corte Costituzionale
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	fornire le conoscenze di base per una preparazione ad un concorso per entrare nella Pubblica Amministrazione (concorso pubblico con una prova di diritto) nel settore della comunicazione (legge n. 150 del 2000) e partecipare a delle selezioni per poter lavorare nel settore privatistico della comunicazione pubblica;
			<i>Autonomia di giudizio</i>	offrire un tipo di formazione critica volta alla comprensione dell'evoluzione dell'ordinamento tenendo conto della complessità stoica e concettuale; sviluppare capacità di apprendimento relativamente funzionamento dell'ordinamento interno, europeo ed internazionale, cercando determinare giudizi autonomi attraverso la partecipazione alle lezioni e ai seminari multidisciplinari facoltativi offerti dal docente;
			<i>Abilità comunicative</i>	conseguire la capacità di seguire una lezione o un seminario e di esporne i tratti salienti con appropriata sintesi; lo studente dovrà dimostrare la sua capacità di costruzione logica dei diversi sistemi giuridici (europeo ed interno) che comparativamente gli vengono proposti e riuscire ad esporne le differenze ed interazioni;
			<i>Capacità di apprendimento</i>	conoscere i principi e la disciplina di base della comunicazione e dell'informazione e del diritto d'autore con particolare attenzione alla influenza del diritto interno ed europeo; lo studente alla fine del corso dovrà acquisire capacità di conoscenza e comprensione in un campo di studi di livello post secondario, caratterizzato dall'uso di libri di testo avanzati, relativamente ad alcuni temi d'avanguardia nella materia giuridica studiata; dovrà acquisire capacità di applicare conoscenza e comprensione in modo da dimostrare un approccio

				professionale.	
6	Economia aziendale I [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]	SECS-P/07			nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	Conoscere la logica, i concetti di base e la terminologia specialistica utilizzati dall'Economia aziendale per analizzare le modalità di funzionamento delle aziende delle diverse specie.	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Saper applicare la logica di analisi, i concetti di base e la terminologia specialistica dell'Economia aziendale per comprendere e descrivere in modo efficace le modalità di funzionamento delle aziende delle diverse specie e per valutarne la capacità di operare in modo fisiologico e duraturo nel tempo.	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	Saper selezionare, collegare e interpretare informazioni di tipo qualitativo e quantitativo per esprimere giudizi di sintesi sulla <i>performance</i> delle aziende delle diverse specie.	
			<i>Abilità comunicative</i>	Saper tradurre i concetti e la terminologia della disciplina in termini comprensibili ai <i>practitioner</i> per ottenere da questi le informazioni richieste, e sintetizzare tali informazioni usando con proprietà la terminologia della disciplina.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	Saper individuare, analizzare e utilizzare con profitto informazioni utili per l'approfondimento autonomo di questioni inerenti le modalità di funzionamento e le <i>performance</i> delle aziende delle diverse specie.	
7	Economia aziendale II [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]	SECS-P/07			6
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	Conoscere la logica, i concetti di base e la terminologia specialistica utilizzati dall'Economia aziendale per analizzare l'articolazione e le caratteristiche del sistema di relazioni nel quale un'azienda opera.	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Saper applicare la logica di analisi, i concetti di base e la terminologia specialistica dell'Economia aziendale per comprendere e descrivere in modo efficace l'articolazione e le caratteristiche del sistema di relazioni nel quale un'azienda opera, prestando particolare attenzione ai fenomeni di interdipendenza tra le diverse classi di relazioni.	

			<i>Autonomia di giudizio</i>	Saper selezionare, collegare e interpretare informazioni di tipo qualitativo e quantitativo per esprimere giudizi di sintesi sulle relazioni interne ed esterne delle aziende delle diverse specie.	
			<i>Abilità comunicative</i>	Saper tradurre i concetti e la terminologia della disciplina in termini comprensibili ai <i>practitioner</i> per ottenere da questi le informazioni richieste, e sintetizzare tali informazioni usando con proprietà la terminologia della disciplina.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	Saper individuare, analizzare e utilizzare con profitto informazioni utili per l'approfondimento autonomo di questioni inerenti l'articolazione e le caratteristiche del sistema di relazioni nel quale un'azienda opera.	
8	Fondamenti di informatica [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]	ING-INF/05	L'insegnamento ha come obiettivo generale quello di rendere gli studenti in grado di utilizzare con padronanza gli strumenti informatici, preparandoli ad un apprendimento costante per evolvere autonomamente ed adattarsi ai cambiamenti futuri. I contenuti mirano a trasmettere le idee di base della Information & Communication Technology e l'utilizzo degli strumenti informatici in modo critico e informato. Per un adeguato raggiungimento degli obiettivi formativi dell'insegnamento, gli studenti dovranno già possedere le conoscenze e le abilità informatiche di base relative all'uso del computer e alla gestione dei file, e all'utilizzo di un qualsiasi programma di elaborazione di testi, di un foglio elettronico e di uno strumento di presentazione (corrispondenti all'ECDL di base).	nessuna	
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	Al termine del corso gli studenti avranno acquisito conoscenze di base sull'organizzazione dei sistemi di calcolo, sulle principali componenti hardware/software e sulla struttura delle pagine web; avranno inoltre la capacità di analizzare e comprendere le caratteristiche funzionali degli strumenti più diffusi utilizzati nell'automazione d'ufficio. I suddetti risultati attesi saranno perseguiti attraverso lo studio di appositi materiali didattici presentati nelle lezioni frontali e lo svolgimento di semplici esercizi	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Gli studenti acquisiranno la capacità di verificare e valutare la correttezza dell'uso degli strumenti informatici presentati durante il corso nei diversi contesti operativi e di suggerire estensioni e soluzioni alternative.	
			<i>Autonomia di</i>	Attraverso le attività previste	

			<i>giudizio</i>	nell'insegnamento, gli studenti conosceranno i concetti di base dell'informatica che consentano loro un utilizzo degli strumenti in modo critico e informato.	
			<i>Abilità comunicative</i>	Gli studenti saranno in grado di conoscere e utilizzare propriamente la terminologia di base dell'informatica che permetterà loro di interagire con gli specialisti della ICT.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	Le capacità di apprendimento saranno esercitate per fornire agli studenti gli strumenti adeguati a maturare capacità di deduzione, astrazione e generalizzazione tipiche dell'informatica ma utilizzabili più in generale in altri contesti di problem solving.	
9	Linguistica digitale [9 crediti] [insegnamento obbligatorio]	L-LIN/01	<p>Il corso intende fornire le conoscenze di base sulle strutture fondamentali del linguaggio e sui meccanismi di funzionamento in atto nella comunicazione umana, focalizzando tuttavia l'attenzione sui contesti della trasmissione digitale dell'informazione e su alcune delle sue forme.</p> <p>Da una sintetica introduzione sulle proprietà del linguaggio e sui livelli di studio delle lingue (fonetica e fonologia, morfologia, sintassi, lessico e semantica), si muoverà all'analisi di alcuni aspetti specifici della comunicazione digitale, allo studio dei suoi caratteri specifici e della variazione a essa correlata.</p> <p>L'attenzione si concentrerà su usi e temi attuali, quali le <i>Fake News</i>, il linguaggio d'odio in rete, gli strumenti della persuasione nella propaganda politica e nella comunicazione commerciale, con particolare riferimento alle modalità della comunicazione mediata dal computer e trasmessa in forma digitale.</p>		nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	conoscere alcuni aspetti fondamentali della storia della disciplina e del metodo di analisi in linguistica;	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	saper condurre una riflessione sull'organizzazione dei sistemi linguistici a vari livelli d'analisi (fonetica e fonologia, morfologia, sintassi, lessico);	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	acquisire gli strumenti teorici per comprendere i fondamenti dell'organizzazione delle lingue e dei fenomeni che ne governano variazioni e tendenze di sviluppo, in particolare in riferimento ai alle modalità espressive e ai testi trasmessi in rete e attraverso i <i>social network</i> .	
			<i>Abilità comunicative</i>	essere in grado di affrontare l'analisi di fenomeni linguistici e sociolinguistici di	

				diversa natura, in diversi contesti e soprattutto in ambiente digitale;	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	essere in grado di discutere posizioni teoriche contrastanti e di sostenerne i principi, argomentando in maniera efficace e pertinente;	
10	Geografia e analisi dei dati territoriali [6 crediti] [insegnamento opzionale]	M-GGR/02	<p>Obbiettivi dell'insegnamento</p> <p>Obiettivo del corso è quello di fornire una chiave di lettura quali-quantitativa dei fenomeni socio-economici che gravano su un territorio. Particolare attenzione sarà data anche ad alcune tematiche centrali della Geografia economica come la produzione, le reti e il turismo. Il corso sarà completato dallo studio delle principali misure statistiche di posizione e variabilità nonché dall'individuazione delle principali fonti informative ufficiali e dallo studio delle classificazioni, utilizzate in sede internazionale, inerenti le tematiche trattate durante il corso. Lo studente quindi acquisirà la capacità non solo di utilizzare una chiave di lettura geografica nello studio di un fenomeno, ma anche la capacità di reperire on-line e saper leggere le principali informazioni socio-economiche ufficiali.</p>		nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	conoscere l'evoluzione, i concetti di base, la terminologia specialistica, gli strumenti e le logiche di analisi che caratterizzano la disciplina geografica; comprendere i principali fenomeni socio-economici che gravano su un territorio e che riguardano, sostanzialmente, la sua struttura demografica e i principali aspetti economici dei settori industriale e dei servizi anche alla luce dell'attuale globalizzazione..	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	dimostrare di aver acquisito una chiave di lettura geografica quali-quantitativa dei fenomeni socio-economici che gravano su un territorio; saper utilizzare correttamente alcuni degli strumenti tipici della disciplina geografica, quali le rappresentazioni tematiche, i grafici e le tabelle statistiche necessarie ai fini della descrizione dei fenomeni socio-economici.	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	saper individuare, interpretare e correlare informazioni di tipo sia qualitativo sia quantitativo al fine di poter esprimere un proprio giudizio sui fenomeni socio-economici alla luce delle caratteristiche peculiari di un territorio e della sua posizione all'interno del Sistema mondo.	
			<i>Abilità comunicative</i>	saper illustrare, anche in forma scritta, in modo rigoroso e scientifico gli argomenti oggetto del corso.	

			<i>Capacità di apprendimento</i>	saper reperire ed utilizzare strumenti bibliografici, informatici e statistici utili per l'approfondimento personale di tematiche inerenti la Geografia Economica.	
11	Geomatica e nuove tecnologie [6 crediti] [insegnamento opzionale]	M-GGR/02	I diversi attori delle aziende e pubbliche amministrazioni necessitano di informazioni, strumenti e tecnologie, per prendere le decisioni con cognizione di causa. Strumenti user friendly sia per gli operativi che per i decisori che consentano la condivisione delle informazioni con clienti/cittadini. Geotecnologie, social media, big data, sentiment analysis, realtà aumentata e virtuale, "digital eye", sono solo alcuni degli argomenti che verranno trattati nell'ambito del corso. Si studieranno le fonti dei dati (social, servizi di localizzazione, calcolo presenze, ...) e le modalità di rappresentazione e di analisi per rendere più efficaci ed efficienti le decisioni. Verranno analizzati i più innovativi device (smart glasses, wearables, visori immersivi, iBeacon, .). l'Internet Of Things e verranno introdotte le basi dell'Intelligenza Artificiale e Machine Learning.		nessuna
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Conoscere i concetti di base, la terminologia ed il funzionamento della Geomatica e delle nuove tecnologie per analizzare le opportunità di mercato e le modalità di applicazione.	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	Saper analizzare e comprendere un'esigenza applicando le conoscenze acquisite per definire uno o più scenari di soluzione del problema e la scelta delle relative tecnologie	
			<i>Abilità comunicative</i>	Saper descrivere le esigenze del committente utilizzando la corretta terminologia ed essere in grado di sostenere la propria tesi in un eventuale contraddittorio con cliente o consulenti.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	Acquisire familiarità con le tecniche, terminologie e le nuove tecnologie necessarie ad affrontare le tematiche di rilevanza del mercato	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Essere in grado di applicare le nozioni acquisite e l'approccio metodologico per affrontare progetti di innovazione nei diversi mercati.	
12	Laboratorio di informatica multimediale [3 crediti] [insegnamento obbligatorio]				nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	- conoscere i principali formati multimediali esistenti, gli strumenti per crearli e quelli per manipolarli - comprendere le logiche di inserimento e diffusione dei contenuti multimediali online	
			<i>Capacità di applicare</i>	- creare e manipolare un contenuto multimediale partendo da materiale di	

			<i>conoscenza e comprensione</i>	partenza e diffonderlo in un contesto digitale - saper utilizzare software open source per la creazione e gestione di contenuti multimediali	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	- saper selezionare gli strumenti software più idonei e i formati più idonei per la creazione e gestione di contenuti multimediali	
			<i>Abilità comunicative</i>	- saper argomentare le proprie scelte tecniche e stilistiche per la realizzazione di un messaggio multimediale	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	- essere in grado di valutare la conformità tecnica e di usabilità dei formati per gli utenti di Internet per i messaggi e i contenuti multimediali da creare	
13	Laboratorio di scrittura [3 crediti] [insegnamento obbligatorio]				nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	conoscere ed aver compreso le logiche e gli strumenti all'elaborazione di testi	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	essere in grado di produrre un articolo informativo, attraverso tutte le fasi progettuali e realizzative della scrittura; saper utilizzare la forma comunicativa più appropriata al contesto dell'articolo	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	saper valutare autonomamente le tecniche di scrittura più efficaci;	
			<i>Abilità comunicative</i>	essere in grado di scegliere il linguaggio giornalistico più adatto al proprio articolo	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	saper comunicare e motivare, con la terminologia appropriata, le scelte operate nella strutturazione del testo	
14	Laboratorio di tecniche di organizzazione [3 crediti] [insegnamento opzionale]		Obbiettivi dell'insegnamento [=Conoscenze e abilità da acquisire] Alla fine del percorso di laboratorio lo studente dovrà saper progettare strategicamente e gestire l'intero ciclo di <i>event management</i> .		nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	Attraverso le attività guidate del laboratorio lo studente apprenderà le tecniche di progettazione e realizzazione di un evento o grande evento secondo un modello di <i>management</i> strategico.	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Attraverso il percorso di esercitazioni programmate alla fine del laboratorio lo studente saprà gestire le fasi di: progettazione strategica, analisi del contesto, mappatura degli stakeholder, definizione delle partnership, identificazione dei messaggi chiave a delle azioni, definizione del <i>business</i>	

				<i>plan</i> , gestione delle crisi e monitoraggio dei risultati nell' <i>event management</i> .	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	Lo studente dovrà acquisire autonomia di analisi critica riferita alla pianificazione strategica e realizzazione sostenibile di eventi e grandi eventi.	
			<i>Abilità comunicative</i>	Lo studente dovrà acquisire padronanza delle tecniche di comunicazione, promozione e condivisione di obiettivi, strategie e finalità di eventi e grandi eventi.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	Lo studente dovrà affinare l'attitudine alla progettazione innovativa a strategica nella messa a punto di piani articolati di <i>event management</i> .	
15	Laboratorio per l' advertising [3 crediti] [insegnamento opzionale]				nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	Attraverso le attività guidate del laboratorio lo studente conoscerà tutte le tappe di ideazione e creazione di una campagna di comunicazione pubblicitaria: dalla ricezione del <i>brief</i> , allo sviluppo di una strategia fino alla progettazione e realizzazione dei prodotti finali della comunicazione pubblicitaria integrata.	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Attraverso il percorso di esercitazioni programmate, lo studente saprà riconoscere e gestire gli elementi principali del percorso creativo della comunicazione pubblicitaria: interpretazione del <i>brief</i> , la ricerca e sviluppo del <i>concept</i> , lo studio strategico, ideazione del piano di comunicazione, individuazione dell'idea creativa, la conoscenza delle tecniche di produzione dei prodotti e la presentazione della campagna.	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	Lo studente dovrà acquisire autonomia di analisi nella valutazione delle strategie di comunicazione pubblicitaria, della definizione dei target e degli <i>insight</i> di comunicazione. Dovrà altresì saper valutare la scelta degli strumenti di comunicazione più adatti agli obiettivi specifici e lo sviluppo del processo creativo.	
			<i>Abilità comunicative</i>	Lo studente dovrà padroneggiare la terminologia tecnica specifica della comunicazione pubblicitaria; dovrà inoltre acquisire competenze e abilità di presentazione pubblica della campagna pubblicitaria.	
			<i>Capacità di</i>	Lo studente dovrà acquisire l'attitudine	

			<i>apprendimento</i>	all'aggiornamento autonomo e sistematico rispetto alle strategie e tecniche innovative di ideazione e realizzazione della comunicazione pubblicitaria integrata.		
16	Lingua e comunicazione inglese I [9 crediti] [insegnamento obbligatorio]	L-LIN/12			nessuna	
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	Dovrà aver consolidato le competenze produttive in lingua inglese a livello B2 del Quadro Comune europeo di Riferimento; dovrà aver sviluppato una conoscenza delle teorie più importanti di comunicazione interculturale		
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Dovrà saper applicare strategie per la comunicazione interculturale con lingua inglese come lingua franca.		
			<i>Autonomia di giudizio</i>	Dovrà dimostrare l'applicazione di un approccio antropologico alla linguistica e alla comunicazione, identificando i diversi livelli che pesano sulla trattativa interculturale e dovrà sviluppare strategie per superare ostacoli legate alla cultura tramite processi di conoscenze delle aspettative degli altri e una maggior autoconoscenza		
			<i>Abilità comunicative</i>	Dovrà sapersi esprimere in modo sufficientemente scorrevole, strutturato e appropriato al registro, modulando strategicamente le proprie scelte espressive in funzione degli obiettivi perseguiti e del contesto situazionale e culturale di riferimento e sapendo cogliere anche gli impliciti del discorso.		
			<i>Capacità di apprendimento</i>	Saper reperire e valorizzare gli strumenti bibliografici e le fonti informatizzate più idonee allo svolgimento dell'analisi di testi analoghi, per tipologia e funzione, a quelli affrontati durante il corso		
17	Lingua e comunicazione inglese II [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]	L-LIN/12			16	
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	Dovrà aver consolidato le competenze produttive in lingua inglese a livello B2 del Quadro Comune europeo di Riferimento; dovrà aver sviluppato la conoscenza per analizzare testi, anche di natura multimodale, nell'ambito della comunicazione giornalistico, da cui emergono posizioni ideologiche e opinioni connesse al contesto situazionale e culturale di riferimento		
			<i>Capacità di applicare</i>	Dovrà saper applicare le conoscenze per analizzare testi, anche di natura		

			<p><i>conoscenza e comprensione</i></p> <p><i>Autonomia di giudizio</i></p> <p><i>Abilità comunicative</i></p> <p><i>Capacità di apprendimento</i></p>	<p>multimodale, nell'ambito della comunicazione giornalistico, da cui emergono posizioni ideologiche e opinioni connesse al contesto situazionale e culturale di riferimento.</p> <p>Dovrà dimostrare l'applicazione di un approccio antropologico alla linguistica e alla comunicazione, identificando i diversi livelli che pesano sulla creazione di testi giornalistici e dovrà sviluppare strategie per identificare posizioni ideologiche e opinioni connesse al contesto situazionale e culturale di riferimento</p> <p>Dovrà sapersi esprimere in modo sufficientemente scorrevole, strutturato e appropriato al registro, modulando strategicamente le proprie scelte espressive in funzione degli obiettivi perseguiti e del contesto situazionale e culturale di riferimento e sapendo cogliere anche gli impliciti del discorso</p> <p>Saper reperire e valorizzare gli strumenti bibliografici e le fonti informatizzate più idonee allo svolgimento dell'analisi di testi analoghi, per tipologia e funzione, a quelli affrontati durante il corso</p>	
18	Lingua e comunicazione inglese III [9 crediti] [insegnamento obbligatorio]	L-LIN/12	<p><i>Conoscenza e comprensione</i></p> <p><i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i></p> <p><i>Autonomia di giudizio</i></p> <p><i>Abilità comunicative</i></p>	<p>aver acquisito competenze produttive in lingua inglese a livello B2 e competenze ricettive a livello C1 del Quadro Comune europeo di Riferimento; conoscere i principali strumenti dell'analisi testuale di matrice sistemico-funzionale in prospettiva sociosemiotica.</p> <p>saper applicare gli strumenti di analisi del discorso, individuando struttura, funzione e strategie discorsive di varie tipologie di testi</p> <p>dimostrare abilità di analisi autonoma e rielaborazione critica di testi autentici con funzione argomentativa inerenti ai temi fondamentali delle relazioni pubbliche e della vita politico-istituzionale ed economica, con particolare riferimento alla gestione delle dinamiche comunicative in situazioni di crisi e/o conflitto, anche in prospettiva interculturale</p> <p>- sapersi esprimere in modo sufficientemente scorrevole, strutturato e appropriato al registro, modulando</p>	17

				strategicamente le proprie scelte espressive in funzione degli obiettivi perseguiti e del contesto situazionale e culturale di riferimento e sapendo cogliere anche gli impliciti del discorso	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	- Saper reperire e valorizzare gli strumenti bibliografici e le fonti informatizzate più idonee allo svolgimento dell'analisi di testi analoghi, per tipologia e funzione, a quelli affrontati durante il corso	
19	Lingua e comunicazione spagnola [12 crediti] [insegnamento opzionale]	L-LIN/07			nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	Sviluppare una conoscenza e comprensione di base della lingua spagnola scritta e orale attraverso l'acquisizione del sistema fonetico, delle strutture morfosintattiche e lessicali e dei modelli conversazionali. Conoscere la distribuzione geografica dello spagnolo, le principali istituzioni e gli strumenti che ne tutelano la diffusione a livello internazionale e conoscere i tratti caratterizzanti delle diverse lingue di specialità analizzate.	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	Applicare le competenze linguistiche e comunicative scritte e orali nei diversi contesti situazionali. Saper riconoscere e applicare le principali convenzioni discorsive delle lingue di specialità, in particolare, quelle della pubblicità e dei media, in relazione al proprio livello di competenza linguistica	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	Possedere un'adeguata autonomia di giudizio per comprendere e adeguarsi ai vari contesti e interlocutori. Essere in grado di produrre un'analisi autonoma delle diverse tipologie testuali inerenti le lingue di specialità.	
			<i>Abilità comunicative</i>	Utilizzare consapevolmente la lingua nelle varie situazioni comunicative. Esprimere e argomentare con chiarezza ed efficacia gli argomenti trattati durante il corso.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	Possedere una discreta padronanza delle principali strutture morfologiche e sintattiche della lingua spagnola. Applicare la metodologia di analisi testuale a testi analoghi, per tipologia e funzione, a quelli proposti durante il corso.	
20	Lingua e comunicazione	L-LIN/14			
			<i>Conoscenza e</i>	aver raggiunto, per il tedesco come L2,	

<p>tedesca [12 crediti] [insegnamento opzionale]</p>		<p><i>comprensione</i></p> <p>il livello di competenza linguistica finale A2-B1 del Quadro comune di riferimento europeo; conoscere, in un'ottica contrastiva, le basilari strutture morfosintattiche e lessicali dei sistemi linguistici tedesco e italiano; conoscere le principali caratteristiche di testi d'uso con funzione informativo-appellativa; conoscere gli aspetti fondamentali sia delle società di riferimento sia delle relazioni pubbliche promosse in quest'area.</p>
	<p><i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i></p>	<p>saper riconoscere nei testi di entrambe le aree linguistiche coinvolte le rispettive strutture morfosintattiche, lessicali e testuali; comprendere testi d'uso con funzione informativo-appellativa; saper redigere, seguendo determinati modelli, testi d'uso con funzione informativo-appellativa;</p>
	<p><i>Autonomia di giudizio</i></p>	<p>rielaborare i contenuti teorici in modo critico, seguendo un'impostazione interdisciplinare; essere in grado di orientarsi nei principali problemi legati all'approccio ai testi e ai loro contesti; aver sviluppato una prima capacità di auto-valutazione necessaria per una formazione individuale permanente; aver sviluppato l'abitudine di analizzare una data realtà ed elaborare conseguentemente delle strategie atte a interagire efficacemente in situazioni riguardanti il vissuto sia personale che professionale;</p>
	<p><i>Abilità comunicative</i></p>	<p>aver acquisito la capacità di presentare (prevalentemente in italiano), con proprietà di linguaggio e chiara strutturazione, gli aspetti teorici caratterizzanti la disciplina; saper motivare le proprie opinioni o scelte di analisi in riferimento a ambiti tematici e tipologie testuali noti;.</p>
	<p><i>Capacità di apprendimento</i></p>	<p>sapersi orientare tra gli strumenti e ausili più idonei; saper raccordare conoscenze e competenze con gli insegnamenti di altre discipline, non necessariamente affini; aver sviluppato una predisposizione</p>

				all'apprendimento continuo	
21	Marketing [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]	SECS-P/08			6 e 7
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	lo studente deve acquisire una conoscenza generale dei concetti e delle metodologie base del marketing management. Deve saper comprendere il ruolo della funzione di marketing nei processi aziendali ed i fattori di contesto che ne determinano il rilievo; deve sapere come procedere per la formulazione delle strategie e delle politiche di marketing;	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	lo studente deve saper applicare a specifici problemi di marketing e casi aziendali le nozioni studiate;	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	lo studente deve essere in grado di valutare criticamente le nuove tendenze che si manifestano negli studi e nella applicazioni di marketing e di comprendere l'approccio più appropriato da adottare nei diversi contesti applicativi;	
			<i>Abilità comunicative</i>	lo studente deve essere in grado di presentare le soluzioni di un problema di marketing con chiarezza ed efficacia, con un linguaggio appropriato, seguendo schemi rigorosi;	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	lo studente deve saper leggere e comprendere testi base ed articoli specialistici su temi di marketing.	
22	Psicologia della comunicazione [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]	M-PSI/01	<i>Conoscenza e comprensione</i>	Conoscere i meccanismi cognitivi alla base della comunicazione umana; in particolare dovrà conoscere i presupposti teorici e metodologici della Psicolinguistica distinguere tra approcci modulari e connessionisti commentare i punti di forza e di debolezza dei diversi modelli del funzionamento cognitivo del linguaggio essere in grado di individuare le interconnessioni tra diversi sistemi cognitivi (ad esempio, percezione, memoria, attenzione, funzioni esecutive e linguaggio) conoscere e saper spiegare i problemi, i metodi e i termini fondamentali delle	nessuna

			scienze cognitive	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	saper interpretare i meccanismi della comunicazione e i segnali verbali e non verbali durante una interazione comunicativa
			<i>Autonomia di giudizio</i>	saper interpretare criticamente gli apporti delle scienze cognitive alla comprensione dei processi che permettono la comunicazione umana;
			<i>Abilità comunicative</i>	saper illustrare con rigore logico e terminologico, a voce e per iscritto, questioni anche tecniche inerenti le scienze cognitive
			<i>Capacità di apprendimento</i>	saper reperire e utilizzare strumenti bibliografici e informatici utili per l'approfondimento autonomo di problemi inerenti alle scienze cognitive.
23	Psicologia delle relazioni [9 crediti] [insegnamento obbligatorio]	M-PSI/05	<p>Obbiettivi dell'insegnamento [=Conoscenze e abilità da acquisire]</p> <p>Il corso si propone di formare competenze teoriche e applicate nella comprensione dei processi psicologici e sociali in una prospettiva socio-cognitiva di interattività sociale.</p>	nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<p>Alla fine del corso lo studente dovrà avere una buona conoscenza dei temi della psicologia di relazione in chiave socio-cognitiva: processi pensiero e giudizio sociale; interazione interpersonale e comunicazione; identità, appartenenza sociale, stereotipi e pregiudizio; atteggiamenti e opinioni, influenza sociale, persuasione e conformismo.</p> <p>Il corso è inoltre orientato a sviluppare competenze di metodologie di studio e osservazione delle dinamiche sociali.</p>
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<p>Alla fine del corso lo studente sarà in grado di identificare e analizzare in senso critico dinamiche socio-cognitive di relazione e fenomeni di influenza. Particolare attenzione è dedicata alle dinamiche di influenza interpersonale, influenza sociale dei gruppi, influenza mediata dai mezzi di comunicazione di massa.</p>
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<p>Lo studente dovrà acquisire autonomia nel riconoscimento e nell'analisi di particolari processi di influenza sociale, creazione del consenso, propagazione e contagio sociale.</p>
			<i>Abilità</i>	<p>Lo studente dovrà affinare abilità comunicative e proprietà di linguaggio</p>

			<i>comunicative</i>	tecnico specifico nell'illustrare e commentare con rigore logico le dinamiche sociali dell'influenza.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	Lo studente dovrà acquisire una propensione autonoma all'analisi critica di dinamiche innovative di relazione e influenza sociale.	
24	Sociologia delle comunicazioni di massa [9 crediti] [insegnamento obbligatorio]	SPS/08	<p>Descrittore</p> <p>Il corso prende in esame le principali linee teoriche della <i>communication research</i>, privilegiando come assunti di base le caratteristiche culturali e strutturali delle comunicazioni di massa; i loro effetti e problematiche, nonché le connessioni fra il sistema mediale ed il sistema sociale. Conseguentemente, le conoscenze e le competenze sviluppate – mediante anche dibattiti e esercitazioni – durante il corso dovrebbero mettere lo studente in condizione di sviluppare le proprie capacità analitiche circa i processi di comunicazione di massa, contestualizzandoli criticamente nella contemporaneità e acquisendo inoltre maggiore consapevolezza circa le azioni dei media in termini di modellizzazione, costruzione della realtà, creazione delle rappresentazioni collettive e formazione/mobilizzazione dell'opinione pubblica</p>		25
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	acquisire conoscenze di base e avanzate relative alle principali teorie della Communication research e alle caratteristiche strutturali dei diversi approcci;	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	conoscere ed essere in grado di comparare la valenza teorica dei vari filoni di ricerca in correlazione ai diversi momenti storici;	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	comprendere ed essere in grado di individuare le funzioni/disfunzioni dei media, i loro effetti, nonché di applicare le diverse ipotesi teoriche inerenti sia i fruitori che gli attori del sistema mediale;	
			<i>Abilità comunicative</i>	comprendere l'importanza dei media nell'ambito dei processi di modellizzazione e veicolazione di stereotipi e pregiudizi all'interno di una società e nella formazione e mobilitazione dell'opinione pubblica;	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	sviluppare capacità interpretative e di contestualizzazione teorica riguardo ai processi e contenuti mediali;	
25	Sociologia e metodologia	SPS/07	Obiettivi dell'insegnamento [=Conoscenze e abilità da acquisire]		nessuna

	<p>della ricerca sociale [9 crediti] [insegnamento obbligatorio]</p>		<p>Alla fine del corso lo studente dovrà conoscere le principali caratteristiche della disciplina, il suo sviluppo storico, le teorie sulle relazioni sociali, sui rapporti fra i gruppi e sulle funzioni delle istituzioni. Lo studente dovrà altresì conoscere i principali metodi utilizzati per indagare i vari aspetti della realtà sociale.</p>		
			<p><i>Conoscenza e comprensione</i></p>	<p>Alla fine del corso lo studente dovrà acquisire gli strumenti conoscitivi più idonei per esaminare complessivamente fenomeni sociali che interessano la postmodernità, quali la secolarizzazione, la convivenza interetnica e il mutamento valoriale</p>	
			<p><i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i></p>	<p>La conoscenza delle implicazioni delle singole teorie sul campo dovrebbe consentire allo studente una scelta ponderata sull'opportunità di utilizzazione unica o plurima dei possibili approcci analitici.</p>	
			<p><i>Autonomia di giudizio</i></p>	<p>Lo studente dovrà acquisire competenze nell'analisi teorica e lo sviluppo di metodologie di osservazione. L'applicazione di tali competenze favorirà l'autonomia di giudizio critico di articolati fenomeni sociali contemporanei.</p>	
			<p><i>Abilità comunicative</i></p>	<p>Dato lo sforzo concettuale prodotto dalla sociologia alla fine del passato millennio con la pubblicazione di enciclopedie e dizionari della materia, lo studente alla fine del corso dovrà essere in grado di usare un linguaggio appropriato per la definizione di processi sociali sempre più magmatici.</p>	
			<p><i>Capacità di apprendimento</i></p>	<p>Lo studio dei metodi e delle tecniche di cui si avvalgono le scienze sociali dovrà favorire l'acquisizione delle competenze più adeguate per formulare appropriati disegni di ricerca sociale.</p>	
<p>26</p>	<p>Storia contemporanea e delle comunicazioni di massa [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]</p>	<p>M-STO/04</p>	<p>Obiettivi dell'insegnamento - [=Conoscenze e abilità da acquisire] Alla fine del corso lo studente dovrà acquisire competenze e conoscenze di base per la comprensione di un'età storica complessa come quella contemporanea, analizzata in una prospettiva mondiale e pluridisciplinare e nelle sue articolazioni fondamentali</p>	<p>nessuna</p>	
			<p><i>Conoscenza e comprensione</i></p>	<p>Alla fine del corso lo studente dovrà conoscere i momenti e i problemi nodali della storia contemporanea - concepita non più in una prospettiva politica, diplomatica, militare, bensì sociale e culturale secondo la lezione teoretica delle "Annales".</p>	

			<p><i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i></p> <p>Alla fine del corso lo studente dovrà saper applicare le conoscenze acquisite istituendo gli opportuni collegamenti tra i problemi nodali della storia contemporanea e il contesto generale. Dovrà altresì dimostrare padronanza della storiografia specifica e delle principali questioni metodologiche e capacità di lavorare sulle fonti e interpretarle correttamente.</p>	
			<p><i>Autonomia di giudizio</i></p> <p>Lo studente dovrà acquisire capacità di giudizio critico personale nella valutazione dei temi nodali della storia contemporanea.</p>	
			<p><i>Abilità comunicative</i></p> <p>Lo studente dovrà denotare proprietà di linguaggio e abilità comunicative anche mediante l'uso appropriato della più moderna strumentazione tecnologica, abilità nello svolgere analisi comparate dei problemi trattati e nello svolgere relazioni su questioni specifiche dell'età contemporanea.</p>	
			<p><i>Capacità di apprendimento</i></p> <p>Anche partendo dalla lettura dei quotidiani e dalle informazioni dei media, e dai temi della realtà e dalle questioni attuali, lo studente dovrà acquisire capacità di coglierne le remote premesse storiche e di approfondimento e analisi degli scenari contemporanei.</p>	
27	Teoria e Tecnica delle Relazioni Pubbliche 1 [6 crediti] [insegnamento obbligatorio]	SPS/08		nessuna
			<p><i>Conoscenza e comprensione</i></p> <p>Conoscere la storia, definizioni, il linguaggio e i modelli delle RP</p>	
			<p><i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i></p> <p>Essere in grado di ideare un progetto di Relazioni Pubbliche e costruire azioni di media relation</p>	
			<p><i>Autonomia di giudizio</i></p> <p>Essere in grado di interpretare in chiave critica la comunicazione dei media, identificare gli stakeholder di riferimento a seconda del progetto/obiettivi</p>	
			<p><i>Abilità comunicative</i></p> <p>Saper scrivere un comunicato stampa, ragionare sui codici, individuare dei target, essere capace di ascolto</p>	
			<p><i>Capacità di apprendimento</i></p> <p>Poter utilizzare fonti e dati reperibili online utili per la ricerca, lo studio e la professione delle RP</p>	
28	Teoria e Tecnica delle Relazioni Pubbliche 2 [12 crediti]	SPS/08		27
			<p><i>Conoscenza e comprensione</i></p> <p>conoscere metodi di studio e tecniche di intervento che caratterizzano le Relazioni Pubbliche digitali conoscere, comprendere e analizzare il</p>	

	[insegnamento obbligatorio]			linguaggio dei social network, il proprio <i>habitus</i> di professionista delle Relazioni Pubbliche le riviste scientifiche internazionali inerenti la disciplina	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	conoscere e comprendere i meccanismi fondamentali di gestione della comunicazione online (progettazione di strategie digitali, come scrivere sui social network, come gestire situazioni di crisi) conoscere e applicare le tecniche base di comunicazione in pubblico	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	saper riconoscere, scegliere e prendere decisioni inerenti le strategie e gli strumenti più adatti di gestione di un problema di relazioni pubbliche	
			<i>Abilità comunicative</i>	saper illustrare con chiarezza e capacità di sintesi gli elementi chiave dei processi di Relazioni Pubbliche dimostrare abilità comunicative nei contesti di public speaking, saper tradurre i concetti e la terminologia della disciplina in termini comprensibili ai <i>diversi stakeholder</i>	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	saper reperire dai testi, dalle riviste scientifiche internazionali, dalle risorse informative e dall'osservazione della realtà informazioni utili all'approfondimento autonomo delle diverse modalità di gestione e organizzazione delle Relazioni Pubbliche in diversi ambienti (tra cui quello politico, finanziario e aziendale).	
29	Teorie e Tecniche di Negoziazione [9 crediti] [insegnamento opzionale]	SPS/08			nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	conoscere gli elementi di base del processo negoziale; conoscere, comprendere e saper spiegare i meccanismi fondamentali delle trattative integrative e distributive.	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	saper analizzare i meccanismi negoziali e le dinamiche organizzative connesse; saper impostare una strategia di trattativa all'interno di un contesto organizzativo dato.	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	saper riconoscere, scegliere e prendere decisioni inerenti le strategie più adatte di gestione di un problema negoziale organizzativo.	
			<i>Abilità comunicative</i>	saper illustrare con chiarezza e capacità di sintesi gli elementi chiave del processo negoziale e i suoi aspetti strategici di base.	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	saper reperire dai testi, dalle risorse informative e dall'osservazione della	

				realità organizzativa informazioni utili all'approfondimento autonomo delle dinamiche e delle strategie negoziali	
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

*** va indicato il numero di riferimento dell'/degli insegnamento/i propedeutico/i a quello descritto.**

Nota

Gli obiettivi formativi specifici dei corsi di insegnamento devono essere descritti mediante un testo compreso tra le 5 e le 10 righe, per un totale di battute comprese tra le 500 e le 1000.