



**COMUNICAZIONE
INTEGRATA PER LE
IMPRESE E LE
ORGANIZZAZIONI**
CORSO DI LAUREA
MAGISTRALE

**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**
hic sunt futura



CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN **COMUNICAZIONE INTEGRATA PER LE IMPRESE E LE ORGANIZZAZIONI**

SEDE

GORIZIA

DURATA

2 ANNI

CREDITI

120

ACCESSO

ACCESSO
LIBERO

CLASSE

LM-59
SCIENZE DELLA
COMUNICAZIONE
PUBBLICA,
D'IMPRESA E
PUBBLICITÀ

CONOSCENZE RICHIESTE PER L'ACCESSO

Per essere ammessi al corso di laurea magistrale occorre essere in possesso della laurea o del diploma universitario di durata triennale, o di altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo dalla vigente normativa. L'ammissione al corso di laurea magistrale è subordinata al possesso, prima dell'iscrizione, dei requisiti curriculari consultabili al seguente link:

www.uniud.it/it/didattica/info-didattiche/conoscenze-requisiti-accesso/laurea-comunicazione-integrata-impres-organizzazioni/laurea-comunicazione-integrata-impres-e-organizzazioni

La capacità di comunicare efficacemente e di relazionarsi con gli stakeholder esterni ed interni sono da sempre condizioni fondamentali per la sopravvivenza ed il successo delle organizzazioni. Sviluppare tali capacità è però più complesso che in passato: la globalizzazione ed il rapido progresso tecnologico provocano, infatti, cambiamenti economici e sociali repentini. Il Corso di Laurea in Comunicazione integrata per le Imprese e le Organizzazioni forma esperti/esperte di comunicazione in grado di ricoprire ruoli manageriali e di elevata responsabilità all'interno di organizzazioni pubbliche e private; capaci di gestire le relazioni con gli stakeholder interni ed esterni, di attuare strategie per ottimizzare le relazioni interne e valorizzare il capitale umano, di curare la *brand identity* e la reputazione d'impresa, di progettare e gestire piani di comunicazione e di marketing. A supporto di tali competenze, sono in grado di utilizzare un vasto numero di strumenti tecnologici e abilità di *project management*.

Il percorso formativo si snoda attraverso un primo anno di base che sviluppa competenze propedeutiche (*critical thinking*) e trasversali (capacità di approfondimento, di comunicazione e di *problem-solving*), soprattutto nei contesti economico, sociale e di utilizzo delle nuove tecnologie. Al secondo anno di corso, attraverso l'offerta di alcuni insegnamenti altamente specializzanti, vengono affinate specifiche competenze, quali quelle di negoziazione e di *stakeholder relationship management*, oltre che approfondite alcune aree emergenti della professione, quali quelle delle *Digital PR/Social Media*.

I laureati/le laureate hanno quindi competenze strategiche e di pianificazione in settori specifici di intervento dell'esperto in comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni, quali la gestione della crisi, il *lobbying*, la gestione della reputazione e l'*empowerment*. Particolare attenzione viene data alla prova finale, mentre durante il percorso di studi sono innumerevoli le occasioni di tirocinio professionalizzante in Italia e all'estero che consentono di affinare competenze di comunicazione interna, esterna, marketing, pubblicità e *stakeholder management*. La didattica si sviluppa soprattutto con approfondimenti seminariati, di lavoro autonomo e di attività di laboratorio, realizzazione di *project works* di comunicazione integrata in collaborazione con aziende e organizzazioni nazionali e internazionali.

PIANO DI STUDI

1° ANNO

| INSEGNAMENTI | CFU |
|---|------------|
| Tecnologie Web (INF/01) | 9 |
| Comunicazione specializzata in lingua inglese (L-LIN/12) | 9 |
| Strategia aziendale (SECS-P/07) | 9 |
| Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria integrata (SPS/08) | 6 |
| Comunicazione delle organizzazioni complesse (SPS/08) | 9 |
| Un insegnamento a scelta tra - Sociologia dei fenomeni politici ed economici (SPS/07) - Metodi di analisi statistica applicata (SECS-S/04) | 9 |
| Un insegnamento a scelta tra - Semiotica dei media audiovisivi (L-ART/06) - Neuroscienze cognitive e sociali (M-PSI/01) | 9 |
| Un insegnamento a scelta tra - Responsabilità sociale, reporting e strategia (SECS-P/07) - Economia e gestione della marca (SECS-P/08) | 9 |

2° ANNO

| INSEGNAMENTI | CFU |
|---|----------------------------------|
| Relazioni di qualità ed etica delle organizzazioni (M-PSI/05) | 6 |
| Un insegnamento a scelta tra - Comunicazione e mediazione interculturale (SPS/08) - Comunicazione mobile e dei nuovi media (SPS/08) | 9 |
| A scelta dello studente | 9 |
| Tirocinio <i>oppure:</i> - Laboratorio di Tecnologie WEB - Laboratorio di Project Management - Laboratorio di Progettazione della comunicazione integrata - Laboratorio interdisciplinare in lingua inglese | 6 6 6 6 6 |
| Prova finale | 21 |

NOTA:

Il Dipartimento di riferimento del corso si riserva di non attivare tutti i corsi a scelta indicati in Guida.



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**
hic sunt futura



UFFICIO ORIENTAMENTO E TUTORATO

via Gemona 92, Udine
T. 0432 556215
cort@uniud.it

UNIUD SOCIAL



_facebook/uniud
_ Gruppo Help!



__@universitadiudine
__@tutoruniud



_Orientamento UNIUD



__+39 3357794143



DIPARTIMENTO DI LINGUE E LETTERATURE, COMUNICAZIONE, FORMAZIONE E SOCIETÀ

via Petracco 8
Udine
T 0432 556503

SEGRETERIA STUDENTI

via Santa Chiara 1
Gorizia
T. 0481 580150
segreteria.cego@uniud.it

www.uniud.it/magistrale-comunicazione

**DIPARTIMENTO DI
LINGUE E LETTERATURE,
COMUNICAZIONE,
FORMAZIONE E SOCIETÀ
2020.2021**