

Scheda SUA-CdS

TABELLA CORRISPONDENZA ATTIVITA' VINCOLATE E AREE DI APPRENDIMENTO

CORSO DI LAUREA IN

COMUNICAZIONE D'IMPRESA E RELAZIONI PUBBLICHE

Attività formative vincolate a.a.2025/2026		Basi economiche - manageriali	Letture del contesto e degli interlocutori	Gestione dei processi di comunicazione	Competenze linguistiche
<i>I anno</i>					
<i>cv in italiano</i>	<i>cv in inglese</i>				
Comunicazione d'impresa	<i>Corporate Communication</i>			X	
Economia aziendale	<i>Management</i>	X			
Sociologia dei media	<i>Sociology of Media</i>		X		
Sistemi informativi e trend digitali	<i>Information Systems and Digital Trends</i>			X	
Sociologia generale	<i>Sociology</i>		X		
Linguaggi della pubblicità	<i>Advertising</i>			X	
Storia dell'economia e della politica contemporanea	<i>History of Contemporary Economics and Politics</i>		X		
Semiotica	<i>Semiotics</i>			X	
<i>II anno (immatricolati a.a. 2024/25)</i>					
<i>cv in italiano</i>	<i>cv in inglese</i>				
Psicologia dei consumi e neuromarketing	<i>Consumer Psychology and Neuromarketing</i>		X		

Marketing	<i>Marketing</i>	X			
Statistica e ricerche di mercato	<i>Statistics and Market Research</i>	X			
Sociologia dei consumi e cultura d'impresa	<i>Sociology of Consumption and Corporate Culture</i>		X		
Lingua e cultura seconda lingua straniera	<i>French/Spanish/German/Russian/Chinese/Italian language and culture</i>				X
Professional English II	<i>Professional English VI</i>				X
Laboratorio di scrittura professionale	<i>Professional Writing (workshop)</i>			X	
III anno (immatricolati a.a.2023/24)					
<i>cv in italiano</i>	<i>cv in inglese</i>				
Economia politica	<i>Economics</i>	X			
Istituzioni di diritto pubblico e privato	<i>Introduction to Public and Private law</i>	X			
Laboratorio di Comunicazione pubblica e Public Branding	<i>Communication Management in Public Sector (workshop)</i>			X	
Laboratorio di creatività <i>Creatività e progettazione</i>	<i>Creativity workshop Creativity and design</i>			X	
Laboratorio di creatività <i>Tecniche di creatività pubblicitaria</i>	<i>Creativity workshop Creativity and advertising</i>			X	
Laboratorio di Relazioni pubbliche	<i>Public Relations (workshop)</i>			X	
Organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane	<i>Organization Theories & HR Management</i>	X			
Professional English III	<i>Public Speaking</i>				X

COMUNICAZIONE D'IMPRESA E RELAZIONI PUBBLICHE A.A.2025-2026

Quadro A4.b2 - Conoscenza e comprensione e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: dettaglio

BASI ECONOMICHE-MANAGERIALI

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Le conoscenze sviluppate grazie agli insegnamenti di questa area di apprendimento hanno la finalità di consentire al futuro laureato di inserirsi in modo consapevole in un contesto aziendale, conoscendone gli elementi di struttura, di gestione secondo il ciclo manageriale e di analisi economico-finanziaria. Di comprendere come si collocano i processi di comunicazione nel contesto aziendale e in che modo essi vengono governati e di interfacciarsi in maniera consapevole e sinergica con le altre specializzazioni, funzioni e ruoli organizzativi. Di consentirgli inoltre di presidiare il rapporto tra le aziende e il loro mercato inteso come un insieme variegato di stakeholder inclusi competitor, clienti finali, attori della filiera, autorità e istituzioni, oltre che con gli stakeholder interni.</p> <p>Le principali conoscenze che verranno acquisite sono quelle di economia aziendale, di marketing, di statistica e di ricerca di mercato, di macro e micro economia, di organizzazione aziendale e gestione delle risorse umane, di diritto pubblico e privato, di presidio del ciclo manageriale nelle sue componenti di pianificazione, gestione, valutazione.</p>	<p>L'applicazione delle conoscenze sviluppate in quest'area si basano anzitutto sullo sviluppo di capacità analitiche e progettuali che consentano di disegnare e governare i processi di comunicazione d'impresa e, per farlo, di utilizzare i servizi specialistici forniti da altre aziende, anche attraverso l'uso consapevole di dati e statistiche.</p> <p>È a questo fine che sono orientate le esercitazioni e lo sviluppo e la discussione di casi che si svolgono nei diversi corsi dell'area.</p> <p>Nei corsi a carattere più specialistico, in larga parte di carattere laboratoriale o esercitativo, le capacità di applicare le conoscenze acquisite si traducono nell'elaborazione, singolarmente o in gruppo, di progetti e contenuti in grado di stimolare gli studenti a tradurre in concreta applicazione le conoscenze e la strumentazione acquisite.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Economia aziendale- Economia politica- Economics- Introduction to Public & Private Law- Istituzioni di diritto pubblico e privato- Management- Marketing- Marketing (cv in inglese)- Organization Theories & HR Management- Organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane- Statistica e ricerche di mercato- Statistics and Market Research

LETTURA DEL CONTESTO E DEGLI INTERLOCUTORI

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Le conoscenze sviluppate in quest'area di apprendimento hanno la finalità di consentire al futuro laureato di saper analizzare, comprendere e interpretare il contesto di riferimento, i trend sociali, politici, tecnologici che lo caratterizzano e le istanze che provengono alle organizzazioni da parte dei propri interlocutori interni ed esterni. Il laureato acquisirà inoltre conoscenze per valutare l'impatto dell'ecosistema dei media tradizionali e digitali sui sistemi sociali e culturali.</p> <p>Le principali conoscenze che verranno acquisite riguardano la sociologia generale, dei media e dei consumi, la storia dell'economia e della politica contemporanea, la psicologia del consumatore e le basi delle neuro-scienze.</p>	<p>L'applicazione delle conoscenze sviluppate in quest'area di apprendimento si basano sullo sviluppo di capacità empatiche, analitiche e critiche che consentano di intercettare e interpretare i cambiamenti a livello macro e micro che si manifestano nei contesti di riferimento delle organizzazioni, come fase propedeutica allo sviluppo e alla gestione di processi di comunicazione.</p> <p>È a questo fine che sono orientati i lavori di gruppo, le esercitazioni e lo sviluppo e la discussione di casi che si svolgono nei diversi corsi dell'area.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Consumer Psychology and Neuromarketing - Psicologia dei consumi e neuromarketing - Sociologia generale - Sociology - Sociologia dei media - Sociology of Media - Sociologia dei consumi e cultura d'impresa - Sociology of Consumption and Corporate Culture - Storia dell'economia e della politica contemporanea - History of Contemporary Economics and Politics

GESTIONE DEI PROCESSI DI COMUNICAZIONE

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Gli studenti sviluppano le conoscenze necessarie alla gestione di tutti i principali processi di comunicazione sia esterni che interni alle organizzazioni e la consapevolezza dell'impatto che la gestione della comunicazione può avere per il conseguimento degli obiettivi di business dell'organizzazione. Le conoscenze acquisite consentiranno inoltre al</p>	<p>Le capacità di applicare quanto appreso sono sviluppate in modo differenziato nei diversi corsi che costituiscono questa area di apprendimento.</p> <p>Nei corsi di base l'applicazione delle conoscenze acquisite si traduce principalmente nello sviluppo di capacità analitiche, che consentano agli studenti una</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Advertising - Linguaggi della Pubblicità - Comunicazione d'impresa - Corporate Communication - Communication management in Public Sector (workshop)

<p>laureato di analizzare e interpretare i linguaggi della comunicazione e i loro elementi più pertinenti.</p> <p>In particolare lo studente acquisirà conoscenze relative a teorie e metodi della comunicazione d'impresa e delle relazioni pubbliche; strategie di comunicazione, relazione e dialogo con gli interlocutori; governo dei processi di comunicazione e delle interdipendenze con le strategie di business; metodi e tecniche per la progettazione, implementazione e valutazione di piani di comunicazione e di singole attività in ambiti quali la comunicazione di crisi, la comunicazione sui social media, la comunicazione interna e della sostenibilità; iniziative e strumenti quali le relazioni con i media e gli eventi; strategie e tecniche di comunicazione di marketing e linguaggi della pubblicità; strategie e strumenti per la scrittura professionale e di comunicazione negli ambienti digitali; principi per l'impiego dell'intelligenza artificiale nella comunicazione d'impresa; semiotica e tecniche di creatività. Verranno esplorati ambiti di applicazione nel settore pubblico e istituzionale, del non profit, del sociale. Infine, al fine di arricchire il bagaglio delle abilità dei futuri laureati di interagire in contesti internazionali, lo studente approfondirà lo studio della lingua inglese.</p> <p>Per supportare la capacità di interagire in contesti professionali interculturali e internazionali in particolare per gli iscritti al percorso in lingua italiana, una consistente parte degli insegnamenti a scelta è erogata in lingua inglese. Per gli studenti ammessi al curriculum in inglese non madrelingua italiana è previsto lo studio dell'italiano volto a conseguire un suo uso efficace in forma scritta e orale.</p>	<p>lettura anche critica della struttura e dei contenuti dei processi di comunicazione.</p> <p>Nei corsi a carattere più specialistico, in larga parte di carattere laboratoriale o esercitativo, le capacità di applicare le conoscenze acquisite si traducono nell'elaborazione, singolarmente o in gruppo, di progetti e contenuti in grado di stimolare gli studenti a tradurre in concreta applicazione la strumentazione acquisita.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Laboratorio di Comunicazione Pubblica e Public Branding - Information System & Digital Trends - Sistemi informativi e Trend digitali - Laboratorio di relazioni pubbliche - Public Relations (workshop) - Semiotica - Semiotics - Laboratorio di scrittura professionale - Professional Writing (workshop) - Laboratorio di creatività <ul style="list-style-type: none"> o <i>Creatività e progettazione</i> o <i>Tecniche di creatività pubblicitaria</i> - Creativity Workshop <ul style="list-style-type: none"> o <i>Creativity and Advertising</i> o <i>Creativity and Design</i>
--	---	---

COMPETENZE LINGUISTICHE (solo per immatricolati a.a. precedenti al 2025-26)

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>A questa area sono ricondotti gli insegnamenti che sviluppano conoscenze linguistiche, complementari a quelle delle altre tre aree e che arricchiscono il bagaglio delle abilità dei futuri laureati di interagire in contesti internazionali.</p> <p>La conoscenza delle lingue viene concentrata sulla lingua inglese, con tre corsi, uno per ciascun anno, di 6 CFU, a cui si aggiunge un corso che introduce a una seconda lingua straniera.</p> <p>Per gli studenti ammessi al curriculum in inglese con un livello di conoscenza della lingua italiana inferiore al B2 del CEFR, è previsto invece lo studio dell'italiano come seconda lingua straniera.</p>	<p>Per la lingua inglese, lo studente dovrà essere in grado di scrivere, comprendere ed esprimersi in modo sicuro e articolato. Per la seconda lingua straniera, l'obiettivo è invece di permettere allo studente un primo livello di orientamento sia linguistico che culturale.</p> <p>Per gli studenti ammessi al curriculum in inglese con un livello di conoscenza della lingua italiana inferiore al B2 del CEFR, l'obiettivo è invece conseguire le competenze necessarie ad un suo uso efficace.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Professional English II- Professional English III- Professional English IV- Public Speaking- Lingua e cultura seconda lingua straniera- French/Spanish/German/Russian/Chinese/Italian language and culture.