

## **SCHEDA SUA-CDS**

### **STRATEGIC COMMUNICATION**

#### **A4.a Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo**

Il CdL in Strategic Communication è finalizzato a formare laureati che, oltre ad avere una solida competenza relativa alle tecniche specialistiche della comunicazione d'impresa, abbiano una visione strategica del ruolo che la comunicazione può svolgere nei diversi contesti organizzativi. Il CdL intende quindi superare la visione tattica della comunicazione, incentrata solo sull'acquisizione di abilità e competenze tecniche, al fine di formare figure professionali capaci di ricoprire anche ruoli manageriali nel campo della comunicazione organizzativa esterna e interna, per le imprese e le organizzazioni private e pubbliche.

Il programma di studi si propone quindi di sviluppare competenze analitiche e decisionali per la comunicazione che siano fondate su una solida conoscenza delle organizzazioni, dei loro processi e dei dati, della strategia aziendale. Sempre al primo anno, gli studenti iniziano a sviluppare le competenze di base per la gestione strategica della comunicazione.

Il CdL ha due indirizzi di specializzazione al secondo anno: uno in corporate/marketing communication, il secondo in sustainability & communication. Il primo prepara laureati pronti a lavorare nelle aree specialistiche di comunicazione interna, content management, public affairs, marketing communication, comunicazione finanziaria di aziende private e pubbliche, nella libera professione e in enti istituzionali. Il secondo indirizzo prepara laureati che possano lavorare nelle più diversificate aree della comunicazione della sostenibilità, occupandosi di rendicontazione e studiando i risvolti della sostenibilità nelle diverse aree del management.

Al fine di sviluppare le competenze analitiche e decisionali, l'attività formativa si avvarrà di metodi atti a stimolare la partecipazione attiva degli studenti, come esercitazioni per affrontare e risolvere problemi aziendali, discussione di studi di caso, business games e lavori di gruppo per realizzare progetti a seguito di brief forniti dai partner aziendali. All'interno dei singoli insegnamenti vengono spesso ospitati manager per stimolare gli studenti a un confronto diretto e attivo con il mondo professionale.