

SCHEDA SUA-CDS

COMUNICAZIONE D'IMPRESA E RELAZIONI PUBBLICHE

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

Il corso di laurea in Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche, nella classe delle lauree in Scienze della comunicazione, si prefigge di formare laureati con una solida preparazione nella gestione dei processi di comunicazione dell'impresa, campo professionale che integra un'ampia gamma di specializzazioni disciplinari. Ai laureati viene fornita una preparazione sui modelli, le strategie, i processi e gli strumenti utilizzati da imprese e organizzazioni pubbliche e non profit.

La solida preparazione teorico-concettuale abbinata a insegnamenti professionalizzanti e a metodi didattici volti al consolidamento di competenze trasversali consentono al laureato di essere pronto sia all'ingresso nel mondo del lavoro in posizioni junior sia alla prosecuzione degli studi in percorsi di laurea magistrale o di master universitario.

Descrizione del percorso

Il percorso formativo consente agli studenti di acquisire nel primo anno le conoscenze di base per comprendere i fondamenti della comunicazione d'impresa e di gestione aziendale, i trend digitali e le dinamiche dei media, i trend sociali e l'evoluzione del consumatore, per l'inserimento consapevole in un contesto aziendale e per la comprensione dei processi di comunicazione tra l'azienda, i suoi stakeholder in generale e i consumatori in particolare.

Il secondo anno è focalizzato sull'apprendimento di competenze che consentono al laureato di analizzare il mercato anche attraverso statistiche e ricerche di mercato e di definire strategie di presidio del mercato. Vengono inoltre sviluppate le competenze di lettura dei trend di cambiamento della società e degli impatti delle tecnologie e quelle di lettura e interazione con il consumatore tramite conoscenze di neuromarketing. Le competenze di comunicazione vengono rafforzate tramite un laboratorio di scrittura professionale.

Il terzo anno è orientato in modo professionalizzante ed è articolato in laboratori tematici sulle relazioni pubbliche, la creatività e la comunicazione pubblica. Prevede inoltre il consolidamento delle competenze economico-manageriali con l'approfondimento delle dinamiche dei sistemi organizzativi e del quadro di diritto pubblico e privato.

Durante il corso di studi lo studente acquisisce crescente padronanza della lingua inglese, fino a utilizzarla efficacemente in forma scritta e orale. In particolare, per il percorso in lingua italiana, il livello di conoscenza della lingua inglese arriverà a un livello comparabile al B2 del CEFR.

Per il percorso in lingua inglese, è prevista altresì, per i candidati non madrelingua italiana, la verifica del livello di conoscenza della lingua italiana; per coloro i quali il livello accertato risulti inferiore al livello B1 è previsto l'inserimento nel proprio percorso formativo dello studio della lingua italiana fino all'acquisizione, entro il conseguimento del titolo, delle competenze necessarie ad un suo uso efficace.

Al secondo e al terzo anno lo studente inserisce nel suo piano di studi tre insegnamenti a scelta tra l'ampia offerta che viene garantita. L'offerta dei corsi a scelta è continuamente innovata per cogliere i trend più recenti che emergono nel campo della comunicazione e dare agli studenti la possibilità di sviluppare competenze aggiornate come per esempio nel campo dell'influencer marketing e dell'Intelligenza Artificiale. Per supportare la capacità di interagire in contesti professionali internazionali, una consistente parte degli insegnamenti a scelta è erogata in lingua inglese. Gli studenti dei due curricula in italiano e in inglese possono inserire gli insegnamenti a scelta in entrambe le lingue.

La quota di impegno relativa allo studio individuale è definita dal Regolamento didattico del corso di studio