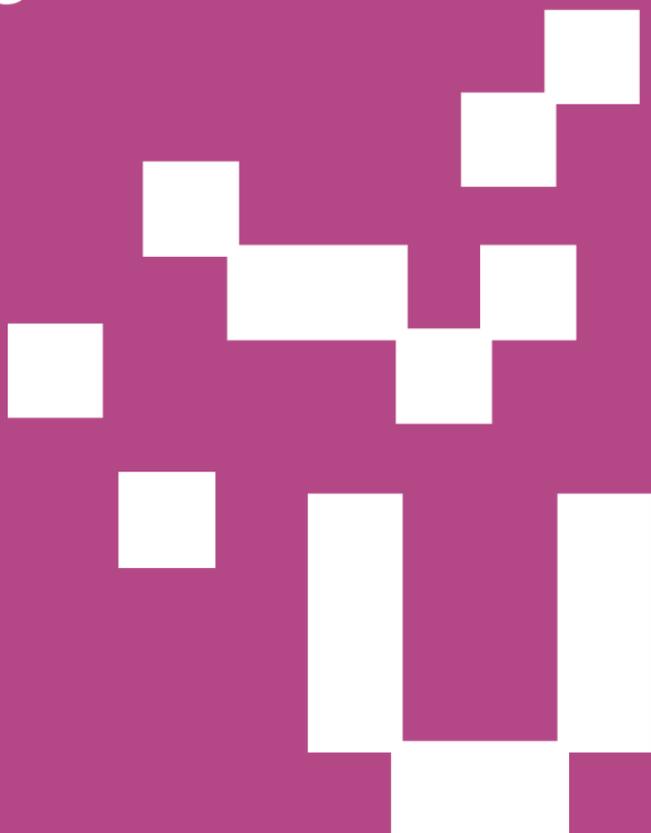




**CORSO  
DI LAUREA  
MAGISTRALE  
COMUNICAZIONE  
INTEGRATA PER  
LE IMPRESE E LE  
ORGANIZZAZIONI  
24—25**

**UNI  
UD**



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 seminariali, di lavoro autonomo e di attività di laboratorio, realizzazione di *project works* di comunicazione integrata in collaborazione con aziende e organizzazioni nazionali e internazionali.

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

## **SEDE**

---

GORIZIA

## **CREDITI**

---

120

## **CLASSE**

---

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

## **DURATA**

---

2 ANNI

## **ACCESSO**

---

LIBERO

## **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-impresе-organizzazioni/laurea-comunicazione-integrata-impresе-e-organizzazioni](http://www.uniud.it/it/didattica/info-didattiche/conoscenze-requisiti-accesso/laurea-comunicazione-integrata-impresе-organizzazioni/laurea-comunicazione-integrata-impresе-e-organizzazioni)

# 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**      **9**

- Sociologia dei fenomeni politici (SPS/11)
  - Metodi di analisi statistica applicata (SECS-S/04)
- 

**Semiotica dei media  
audiovisivi (L-ART/06)**      **9**

---

**Un insegnamento a scelta tra**      **9**

- Sostenibilità e comunicazione strategica (SECS-P/07)
  - Brand Management (SECS-P/08)
-





# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

HIC SUNT FUTURA



FONDAZIONE  
FRIULI

# DILL

DIPARTIMENTO DI  
LINGUE E LETTERATURE,  
COMUNICAZIONE,  
FORMAZIONE E SOCIETÀ  
UNIVERSITÀ DEGLI  
STUDI DI UDINE

## Ufficio Orientamento e Tutorato

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

## Segreteria studenti

Centro Polifunzionale di Gorizia  
via Santa Chiara, 1 Gorizia  
t 0481 580150  
segrateria.cego@uniud.it

## Dipartimento di lingue e letterature, comunicazione, formazione e società

via Petracco, 8 Udine  
t 0432 556503

## Uniud social

[uniud.it/socialmedia](http://uniud.it/socialmedia)



facebook/uniud  
Gruppo Help!



@universitadiudine  
@tutoruniud



Università di Udine



+39 335 7794143



@uniudine

**UNIUD.IT**