



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi di UDINE
<b>Nome del corso in italiano</b>	Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni ( <i>IdSua:1593015</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	Integrated communication for business and organizations
<b>Classe</b>	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.uniud.it/it/didattica/corsi/area-umanistica-formazione/lingue-comunicazione-formazione/laurea-magistrale/comunicazione-integrata-per-le-imprese-e-le-organizzazioni">https://www.uniud.it/it/didattica/corsi/area-umanistica-formazione/lingue-comunicazione-formazione/laurea-magistrale/comunicazione-integrata-per-le-imprese-e-le-organizzazioni</a>
<b>Tasse</b>	<a href="http://www.uniud.it/tasse">http://www.uniud.it/tasse</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	POCECCO Antonella
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio di Corso di Studio
<b>Struttura didattica di riferimento</b>	Lingue e Letterature, Comunicazione, Formazione e Società (Dipartimento Legge 240)

### Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	COSSI	Gianugo		RU	1	
2.	DATTOLO	Antonina		PA	1	

3.	FUSCO	Fabiana	PO	1
4.	KODILJA	Renata	PA	1
5.	POCECCO	Antonella	RU	1
6.	VASTA	Nicoletta	PO	1

<b>Rappresentanti Studenti</b>	AMORETTI SERENA amoretti.serena@spes.uniud.it CELAJ SHPETIM celaj.shpetim@spes.uniud.it FONTANOT LEONARDO fontanot.leonardo@spes.uniud.it MORELLO GLORIA morello.gloria@spes.uniud.it PERROTTA SARA perrotta.sara@spes.uniud.it
<b>Gruppo di gestione AQ</b>	Serena AMORETTI (studente) Luca Giovanni Carlo BRUSATI (docente) Carlo CARRATU' (pers. amm.) Antonella POCECCO (docente) Nicoletta VASTA (docente)
<b>Tutor</b>	Renata KODILJA Antonella POCECCO

Il Corso di Studio in breve

01/06/2023

Il corso di laurea magistrale in Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni risponde al bisogno crescente di comunicazione integrata come conseguenza, da un lato, dei recenti sviluppi macroeconomici e, dall'altro, dell'aumentata consapevolezza circa il valore della 'corporate identity', della 'corporate image' e della creazione tangibile di reputazione, legata ai temi della 'corporate social responsibility' e della diffusione di 'best practices'.

Il percorso formativo si snoda attraverso un primo anno di base che svilupperà alcune competenze generaliste ('critical thinking') e trasversali (capacità di approfondimento, di comunicazione e di 'problem-solving'), soprattutto nei contesti economico, sociale, politico e di utilizzo delle nuove tecnologie; al secondo anno di corso, attraverso l'offerta di alcuni insegnamenti altamente specializzanti, vengono invece 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 magistrali avranno 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 sarà data alla prova finale, che avrà caratteristiche di ricerca, e alla didattica, che si svilupperà soprattutto con approfondimenti seminariali, di lavoro autonomo e di attività di laboratorio.



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

06/04/2018

In data 18/12/2008 la Preside della Facoltà di Lingue e letterature straniere, unitamente ai Presidenti delle Commissioni didattiche dei vari corsi e ai loro delegati hanno illustrato ai componenti dei Comitati di indirizzamento (costituiti ex art 27 del Regolamento didattico di Ateneo) i nuovi ordinamenti didattici in applicazione al DM 270/2004 che riguardano le lauree magistrali. Hanno esaminato accuratamente tali ordinamenti, già approvati in Consiglio di Facoltà, anche alcuni autorevoli rappresentanti, a livello regionale, dei settori produttivi legati alla comunicazione e alla mediazione interlinguistica e interculturale, direttamente interessati alle varie figure professionali in uscita. Le organizzazioni consultate, rappresentative a livello locale della produzione, servizi e delle professioni, sono: la sezione Triveneto (nella figura del delegato) di FeRPI, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, Assorel, nella figura del suo Presidente, Associazione delle imprese di comunicazione e relazioni pubbliche; gli organi direttivi dell'Unione degli Industriali della provincia di Gorizia, della Camera di Commercio, CCIAA, di Gorizia, Fondazione CARIGO, Cassa di Risparmio di Gorizia, e Consorzio per lo sviluppo del polo universitario di Gorizia.

I membri presenti dei Comitati hanno espresso un parere pienamente positivo, sottolineando la funzionalità e la serietà dei progetti formativi che ridisegnano, in una prospettiva flessibile e aperta alle nuove esigenze del mercato, le lauree specialistiche, ora magistrali, della Facoltà.

La proposta del corso di laurea magistrale è stata accolta favorevolmente poiché, anche in una ottica di razionalizzazione dei corsi a disposizione, il percorso di studi mira ad un apprendimento di livello avanzato delle metodologie dirette alla comprensione e alla gestione delle dinamiche comunicative aziendali ed istituzionali. Di particolare gradimento è l'attenzione rivolta alle relazioni pubbliche, al mondo dei media e della promozione, anche pubblicitaria, in una cornice che contempla discipline anche psico-sociali, economiche, storiche, linguistiche e informatiche. L'articolata preparazione, unita ad una solida competenza linguistica, consente alle figure in uscita di individuare ruoli professionali creativi e dinamici.

In ottemperanza al nuovo Regolamento didattico di Ateneo e alle disposizioni conseguenti all'istituzione dei Consigli di Corso di Studio, il Consiglio unificato dei CdS in Relazioni pubbliche e LM in Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni ha approvato, in data 25/9/2013, l'istituzione di un nuovo e più articolato Comitato di indirizzamento, con funzioni consultive in materia di definizione ed eventuale modifica dei percorsi formativi e di monitoraggio degli sbocchi occupazionali, composto da docenti e da esponenti del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni connesse alle Relazioni pubbliche. In quest'ultimo ambito, particolare rilevanza è stata data alle associazioni di categoria, quali ad esempio la Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FeRPI), con la quale il Corso di studio in Relazioni Pubbliche ha in essere, fin dal 2002, una Convenzione per incentivare le opportunità di collaborazione scientifica (convegni e seminari), le iniziative di formazione e di visibilità degli studenti del Corso di studi a livello nazionale, nonché l'apporto del Corso di studio stesso all'interno della Consulta Education di FeRPI e degli organi in cui sono già presenti docenti ed ex studenti, ossia quello per l'Attuazione e il coordinamento delle attività formative e il Centro studi.

Il corso di Laurea ottiene nel 2007 l'accreditamento per la qualità del livello di formazione, attribuito dalla Consulta Education (promossa da Assorel e FeRPI).

Il prestigioso endorsement, simboleggiato dal bollino blu indicante l'adeguato livello di formazione professionale, viene rinnovato alla successiva verifica sulla qualità nel 2010 realizzata da Consulta Education. Negli anni successivi si registra un'intensa attività di collaborazione e partnership, finalizzata all'ottimizzazione dell'offerta formativa, con diverse associazioni e soggetti di riferimento della professione (dettagli delle consultazioni sono riportati nel riquadro A1.b)



15/06/2023

Le organizzazioni rappresentative di riferimento per le professioni delle Relazioni pubbliche sono state individuate nell'elenco proposto di seguito, precisando che tutte queste organizzazioni sono presenti – mediante i loro rappresentanti e/o delegati - nel Comitato di indirizzo, che si riunisce periodicamente per affrontare le problematiche inerenti il rapporto tra offerta didattica, mondo del lavoro e domanda di formazione:

- FERPI, Federazione Italiana delle Relazioni Pubbliche, che dal 1970 è l'associazione che rappresenta a livello nazionale i professionisti delle Relazioni Pubbliche e della Comunicazione, annoverando tra i suoi soci liberi professionisti, dirigenti, funzionari, dipendenti e collaboratori di aziende, enti pubblici, Enti del Terzo Settore, docenti universitari. La relativa sezione studenti, UniFERPI, ha come obiettivo quello di stimolare e agevolare, mediante eventi ed attività, un rapporto sinergico tra mondo accademico e mondo professionale.

Le consultazioni con FERPI, realizzate grazie a incontri periodici (con il Delegato Triveneto fino al 2016, in seguito con il Vice Presidente ed il Presidente Nazionale FERPI; del coordinatore UniFerpi Gorizia e dei rappresentanti degli studenti), oltre a rilevare le esigenze provenienti dal mondo della professione, danno vita ad una serie di azioni congiunte, quali:

- workshop professionalizzanti o cicli di incontri, tenuti da practitioner certificati FERPI per gli studenti del CdS in Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni, sia a carattere teorico che pratico;
- progetto MENTORING FERPI / UNIUD per la realizzazione di percorsi di tirocinio professionalizzante da parte di studenti e laureati del CdS nelle agenzie e aziende associate a FERPI con individuazione di mentori aziendali, soci senior di FERPI e practitioner accreditati;
- collaborazione/partecipazione in occasione di eventi di particolare rilevanza per il CdS, come, ad esempio, la Sessione plenaria 'Professione comunicatore oggi: etica, sfide e talenti' nell'ambito del Ventennale del corso di laurea ('Relazioni pubbliche e Comunicazione: la storia, il domani', 25 e 26 ottobre 2018), che ha affrontato la discussione sullo status epistemologico della disciplina, l'evoluzione della professione, nonché delineato alcune indicazioni programmatiche per il futuro delle Relazioni pubbliche in ottica strategica. In occasione dell'ultima consultazione (riunione del Comitato di indirizzo, 14.06.2023), il Presidente nazionale ha evidenziato l'importanza della sezione studenti UniFerpi, in quanto strumento atto a garantire costante dialogo e confronto fra formazione universitaria e realtà professionale, rilevando parallelamente come la sezione di Gorizia sia particolarmente attiva in tal senso. Le attività di UniFerpi (come, ad esempio, la collaborazione al Festival delle Relazioni Pubbliche – InspiringPR) permettono a studenti/studentesse di misurarsi sul campo, affinando al contempo le proprie competenze professionalizzanti.

- UNA, Aziende della Comunicazione Unite, organizzazione a livello nazionale, nata nel 2019 per incorporazione di ASSOCOM e UNICOM e dall'aprile 2020 anche con ASSOREL, che al momento attuale conta 255 aziende associate operanti in tutta Italia, provenienti dal mondo delle agenzie creative e del digital, delle agenzie di relazioni pubbliche, dei centri media, degli eventi, del mondo retail. Nell'ultima consultazione (riunione del Comitato di indirizzo, 14.06.2023), sono state avanzate dal rappresentante di UNA alcune utili indicazioni per quanto riguarda la formazione di competenze metodologiche (sia quantitative che qualitative) e di gestione dei dati da parte dei futuri professionisti, al fine di accrescere la loro flessibilità e competenza in un mondo del lavoro in costante evoluzione.

- Fondazione Pubblicità Progresso, dal 1971 punto di riferimento per la comunicazione sociale, che con le attività del network Athena dedicato alle università consente l'aggiornamento costante sui temi sociali e della sostenibilità. Le consultazioni con la Fondazione Pubblicità Progresso permettono di approfondire le specifiche caratteristiche del settore della comunicazione sociale e le costanti collaborazioni, anche attraverso i docenti del Network Athena, hanno previsto:
  - partecipazione degli studenti al contest nazionale 'On the Move' sulla Comunicazione sociale che vede una competizione diretta tra sei atenei italiani (individuati dalla Fondazione Pubblicità Progresso) per la messa a punto della migliore campagna di pubblicità sociale;
  - collaborazione del CdS con la Fondazione per l'ideazione e organizzazione del primo e successive edizioni del Festival nazionale della comunicazione sociale.

- Ordine dei Giornalisti del Friuli Venezia Giulia e, per suo tramite, l'Ordine Nazionale dei Giornalisti. Alle consultazioni con l'Ordine dei Giornalisti del Friuli Venezia Giulia si accompagna inoltre un protocollo d'intesa e collaborazione con l'Università di Udine (approvato dal Senato Accademico in data 22.12.2015, firmata il 30.05.2016 e rinnovata il 21.06.2021 sino al 21.06.2024) che prevede di:

- incentivare l'attività di tipo seminariale svolta da professionisti incaricati dall'Ordine, finalizzata all'illustrazione di aspetti significativi del mondo della comunicazione e della professione giornalistica;
- collaborare alla progettazione e realizzazione di percorsi formativi di alta specializzazione in materia di comunicazione e informazione pubblica riservati sia agli iscritti all'Ordine, professionisti e pubblicisti, sia a studenti e laureati dell'Università;
- promuovere a beneficio degli studenti universitari visite ad aziende editoriali e della comunicazione a scopo didattico;
- promuovere l'organizzazione di periodi di tirocinio di formazione ed orientamento presso aziende editoriali e della comunicazione, riservati agli studenti e laureandi iscritti ai curricula di ambito comunicativo;
- favorire l'aggiornamento continuo dei giornalisti facilitando, nel rispetto della vigente normativa in materia di didattica universitaria, la frequenza dei detti professionisti ai corsi universitari.

- PMI - Project Management Institute Northern Italy Chapter, organizzazione senza scopo di lucro, la cui missione è promuovere la cultura del project management. Nell'ultima consultazione (riunione del Comitato di indirizzo, 14.06.2023), il rappresentante del Branch Nord Est - PMI-NIC ha evidenziato l'esigenza di porre particolare attenzione, nel percorso formativo, all'approfondimento delle differenze intercorrenti fra le diverse tipologie di comunicazione, rilevandone l'importanza nel suo settore professionale.

- per quanto riguarda la rete europea di associazioni di professionisti e studiosi del settore: EUPRERA, European Public Relations Education and Research Association (fondata nel 1959 come CERP Education & Research), organizzazione indipendente cui aderiscono membri di 40 Paesi interessati a far progredire la ricerca accademica e la conoscenza nell'ambito della comunicazione strategica.

Si ricorda inoltre:

- la collaborazione con la Fondazione Nord EST, che ha consentito la definizione di un protocollo d'intesa e collaborazione per l'Università di Udine per l'analisi del mercato delle professioni delle comunicazioni;
- la convenzione firmata dal CdS e la Prefettura di Gorizia, che prevede la realizzazione di iniziative di formazione/aggiornamento professionalizzante, nonché tirocini formativi, sui temi della comunicazione pubblica nell'ambito della gestione dell'immigrazione e dell'integrazione culturale degli stranieri;
- la collaborazione con SKAL International (International Association of Travel and Tourism Professionals), organizzazione associativa che si occupa di destination management, promozione turistica e territoriale; collaborazioni sui progetti formativi e iniziative di aggiornamento professionale in tema di comunicazione pubblica per il marketing territoriale culturale.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale Comitato di indirizzo del 14.6.2023



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

**Manager della comunicazione integrata di impresa.**

**funzione in un contesto di lavoro:**

I laureati della classe potranno esercitare funzioni di livello manageriale di elevata responsabilità nell'ambito del management comunicativo e delle nuove tecnologie della comunicazione per le esigenze della gestione aziendale;

nell'organizzazione e nella gestione di unità aziendali per le relazioni con i pubblici di riferimento.

Sarà specifico compito dei laureati mettere in atto strategie per la gestione delle relazioni interne e per la valorizzazione del capitale umano. Inoltre specifico compito sarà quello di gestire le relazioni esterne con particolare riferimento alla progettazione e alla realizzazione di tutte le attività connesse al marketing aziendale, alla promozione dell'immagine e alla pubblicità.

#### **competenze associate alla funzione:**

Più nel dettaglio, i laureati in Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni possederanno:

- le competenze strategiche e di pianificazione necessarie per svolgere ruoli di responsabilità gestionale della comunicazione nelle aziende, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni non profit e nelle agenzie professionali che realizzano pubblicità e prodotti di comunicazione (eventi, campagne, servizi per la stampa e relazioni pubbliche);
- le competenze metodologico-analitiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali di enti pubblici, imprese e organizzazioni non profit, nonché alla gestione dei flussi di comunicazione interna e esterna di imprese, di enti e aziende pubbliche e di organizzazioni del terzo settore;
- le competenze operative necessarie per l'uso delle nuove tecnologie della comunicazione per la gestione dei processi di comunicazione delle imprese, delle organizzazioni pubbliche e non profit;
- la padronanza scritta e orale dei linguaggi simbolici, in italiano e in inglese, nei principali ambiti di attività e ricerca legati alla professione.

#### **sbocchi occupazionali:**

Il manager della comunicazione integrata svolge le sue funzioni in organizzazioni pubbliche e private, enti e istituzioni, nelle agenzie di comunicazione, promozione e relazioni pubbliche a servizio completo, nonché nelle organizzazioni del terzo settore: onlus, ONG, cooperative e altre.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti in risorse umane - (2.5.1.3.1)
2. Specialisti dell'organizzazione del lavoro - (2.5.1.3.2)
3. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
4. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
5. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
6. Esperti nello studio, nella gestione e nel controllo dei fenomeni sociali - (2.5.3.2.1)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

06/04/2018

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 dei seguenti requisiti curriculari:

Laurea nelle seguenti classi:

- L-1 BENI CULTURALI
- L-3 DISCIPLINE DELLE ARTI FIGURATIVE, DELLA MUSICA, DELLO SPETTACOLO E DELLA MODA
- L-5 FILOSOFIA
- L-8 INGEGNERIA DELL'INFORMAZIONE
- L-9 INGEGNERIA GESTIONALE
- L-10 LETTERE
- L-11 LINGUE E CULTURE MODERNE
- L-12 MEDIAZIONE LINGUISTICA
- L-14 SCIENZE DEI SERVIZI GIURIDICI
- L-15 SCIENZE DEL TURISMO
- L-16 SCIENZE DELL'AMMINISTRAZIONE E DELL'ORGANIZZAZIONE
- L-18 SCIENZE DELL'ECONOMIA E DELLA GESTIONE AZIENDALE
- L-19 SCIENZE DELL'EDUCAZIONE E DELLA FORMAZIONE
- L-20 SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
- L-24 SCIENZE E TECNICHE PSICOLOGICHE
- L-33 SCIENZE ECONOMICHE
- L-36 SCIENZE POLITICHE E DELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI
- L-37 SCIENZE SOCIALI PER LA COOPERAZIONE, LO SVILUPPO E LA PACE
- L-40 SOCIOLOGIA
- L-42 STORIA
- L/DS SCIENZE DELLA DIFESA E DELLA SICUREZZA

o in una delle classi ex DM 509/99 equiparate ai sensi del D.I. del 9.7.2009 e normativa seguente.

E all'acquisizione nel corso del triennio di almeno 20 cfu complessivamente tra i seguenti SSD :

- INF/01 - Informatica
- ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni
- L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese
- M-PSI/01 - Psicologia generale
- M-PSI/03 - Psicometria
- M-PSI/04 - Psicologia dello sviluppo e psicologia dell'educazione
- M-PSI/05 - Psicologia sociale
- M-PSI/06 - Psicologia del lavoro e delle organizzazioni
- SPS/02 - Storia delle dottrine politiche
- SPS/04 - Scienza politica
- SPS/07 - Sociologia generale
- SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi
- SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro
- SPS/11 - Sociologia dei fenomeni politici
- SECS-P/01 - Economia politica
- SECS-P/02 - Politica economica
- SECS-P/06 - Economia applicata
- SECS-P/07 - Economia aziendale
- SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese
- SECS-P/10 - Organizzazione aziendale
- SECS-S/01 - Statistica
- SECS-S/05 - Statistica sociale

Per l'area informatica potranno essere fatti valere anche i crediti acquisiti con le idoneità alle prove di conoscenza informatica.

La conoscenza della lingua inglese (livello B1) costituisce requisito d'accesso e verrà verificata durante il test d'accesso.

L'adeguatezza della preparazione iniziale dello studente è verificata mediante un test scritto, incentrato in particolare sulle macroaree disciplinari caratterizzanti il CdS, come individuate nella Scheda Unica Annuale e somministrato da una specifica commissione di docenti che valuterà le competenze. La commissione indicherà con congruo anticipo una lista di

letture propedeutiche utili a sostenere il test di accesso.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

13/06/2023

La preparazione iniziale dello studente è verificata mediante un test di ammissione scritto con modalità di domanda a scelta multipla. Gli item della prova sono incentrati sui contenuti derivati dalle tre macroaree disciplinari caratterizzanti il CdS: l'area delle Lingue e dei linguaggi, l'area delle Scienze sociali e delle relazioni e l'area dell'Economia e della comunicazione d'impresa. La prova è messa a punto da una specifica commissione di docenti (composta da due componenti per ognuna delle aree disciplinari) che somministra il test e valuta il livello di competenza in entrata degli studenti. La struttura del test è stata sottoposta ad una verifica di affidabilità tesa ad evitare l'inserimento nella prova di item poco diagnostici della preparazione degli studenti (item troppo facili o troppo difficili). La commissione inoltre indica con congruo anticipo una lista di letture propedeutiche utili a sostenere il test di ammissione.

Qualora la prova non risulti positiva non sarà possibile iscriversi al Corso di Studi.

Il calendario delle prove, le informazioni di carattere operativo, alcune domande tipo del test nonché i docenti di riferimento della commissione potranno essere individuati al link di seguito indicato.

Link: <http://www.uniud.it/it/didattica/info-didattiche/conoscenze-requisiti-accesso/laurea-comunicazione-integrata-impres-organizzazioni/laurea-comunicazione-integrata-impres-e-organizzazioni> ( Conoscenze e requisiti per l'accesso )



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

21/02/2018

L'obiettivo formativo del corso è la creazione di figure professionali ad alta qualificazione in grado di svolgere funzioni dirigenziali in un'azienda pubblica o in un'organizzazione privata progettando, coordinando e realizzando tutte le attività di comunicazione integrata connesse al marketing aziendale, alla promozione d'immagine, alla pubblicità e ai programmi di informazione diretti al pubblico o a particolari corpi sociali, nonché di sostegno ad attività benefiche, culturali, sportive. Sarà inoltre compito dei laureati mettere in atto strategie per la gestione dei flussi di comunicazione interna e delle relazioni istituzionali interne all'organizzazione.

Il percorso formativo si snoda attraverso l'apprendimento di nozioni e competenze nell'ambito di tre macro-aree (Lingue e Linguaggi; Scienze sociali e delle Relazioni; Economia e Comunicazione d'impresa) e si articola in un primo anno di base che svilupperà alcune competenze generaliste e trasversali, mentre alla fine del secondo anno gli studenti avranno acquisito conoscenze ed abilità specifiche ed approfondite negli ambiti disciplinari di riferimento ed in particolare in quelli della comunicazione d'impresa, delle scienze sociali, informatiche e dei linguaggi, e dell'economia (s.v. anche la sezione 'Presentazione - Il Corso di Studio in breve').

La didattica frontale sarà integrata da approfondimenti seminariali, attività laboratoriali e di lavoro autonomo mirati a sviluppare la capacità di comprendere e utilizzare testi complessi, banche dati e repertori di riferimento, nonché di elaborare percorsi progettuali, anche attraverso la partecipazione attiva a manifestazioni e concorsi, nonché a progetti di

collaborazione con le organizzazioni professionali di riferimento. I laureati avranno la capacità di pianificare e gestire processi complessi di comunicazione e di relazioni, applicando le metodologie derivanti dalle tecniche di negoziazione, di condivisione e di inclusione degli attori nei percorsi progettuali. La capacità di risolvere i problemi sarà verificata attraverso l'applicazione a casi concreti delle conoscenze e delle abilità acquisite e attraverso simulazioni di contesti e situazioni derivanti anche dai percorsi di ricerca sviluppati dai docenti di riferimento. L'aspetto interdisciplinare sarà una caratteristica peculiare nella costruzione delle abilità di individuazione e gestione dei problemi, anche in contesti non usuali e di ampia dimensione.

La valutazione sarà effettuata nell'ambito del lavoro sia individuale sia di gruppo con prove intermedie e finali, con report individuali e/o con lavori di approfondimento critico sulla letteratura specifica. Particolare attenzione sarà data al trasferimento delle competenze, delle metodologie e dei contenuti acquisiti nella prova finale, che avrà caratteristiche di ricerca.

▶ QUADRO  
A4.b.1  
RAD

**Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi**

<p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b></p>	<p>Alla fine del percorso formativo i laureati avranno acquisito capacità di comprensione delle dinamiche di comunicazione interna ed esterna dell'organizzazione. Sapranno impiegare conoscenze linguistiche, manageriali, relazionali e socio-culturali nella gestione del sistema integrato di comunicazione. Tali capacità di comprensione verranno consolidate durante le attività didattiche frontali, le attività laboratoriali e seminariali dedicate a casi di studio, best practice, simulazioni e tirocini. La valutazione sarà effettuata mediante prove intermedie e finali durante gli esami, le presentazioni di progetti di laboratorio, le attività di tirocinio e mediante la prova finale.</p>	
<p><b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b></p>	<p>Alla fine del percorso formativo i laureati saranno in grado di progettare e applicare piani integrati di comunicazione per la gestione del sistema delle relazioni interne ed esterne di organizzazioni complesse. Sapranno applicare conoscenze e tecniche di gestione delle relazioni con gli stakeholder ed i relativi aspetti linguistici, strategici, gestionali e comunicativi. Le capacità di applicazione verranno consolidate mediate le attività didattiche dei corsi, laboratori, workshop, simulazioni e tirocini. La valutazione delle capacità verrà effettuata durante gli insegnamenti caratterizzanti, i laboratori didattici, i seminari, i tirocini e mediante la prova finale.</p>	

▶ QUADRO  
A4.b.2

**Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio**

## Area delle Lingue e Linguaggi

### Conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso formativo i laureati del secondo ciclo saranno in grado di conoscere e comprendere i linguaggi, ivi compreso l'inglese come lingua veicolare o lingua franca, correlati ad un determinato settore di competenza o sfera di attività specialistica, nonché gli elementi tecnico-strutturali sottostanti ai vari linguaggi anche in prospettiva interculturale, interpretandoli consapevolmente come peculiare forma espressiva dei diversi gruppi socio-professionali di elezione del Corso di Studi. Nello specifico, i laureati svilupperanno conoscenze e comprensione inerenti i principali strumenti di analisi del testo in prospettiva linguistico-critica, le specificità linguistico-culturali e le dinamiche pragmatico-testuali con particolare attenzione alla costruzione discorsiva dei significati impliciti, dell'identità e dei rapporti interpersonali; i principali metodi di analisi del testo audiovisivo e le strategie narrative, discorsive, produttive e di identificazione; i fondamenti concettuali e metodologici delle tecnologie Web e l'evoluzione verso il Web sociale, semantico, ed intelligente.

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'Area mirano a sviluppare le capacità di analisi linguistico-critica e di produzione di testi autentici complessi, anche di natura multimodale/audiovisiva e digitale, con particolare riferimento allo scenario mediatico contemporaneo ed ai flussi comunicativi che utilizzano le nuove tecnologie. L'autonomia espressiva e le capacità di "critical thinking" e di "problem solving" saranno sviluppate anche grazie a simulazioni di contesti e situazioni comunicative complessi, in cui gli studenti dovranno dimostrare di saper valutare criticamente le variabili socioculturali, il contesto istituzionale di riferimento e le metodologie adeguate.

### Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE SPECIALIZZATA IN LINGUA INGLESE [url](#)

LABORATORIO AVANZATO DI TECNOLOGIE WEB [url](#)

SEMIOTICA DEI MEDIA AUDIOVISIVI [url](#)

TECNOLOGIE WEB [url](#)

## Area delle Scienze sociali e delle Relazioni

### Conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso i laureati avranno acquisito conoscenze, competenze e abilità analitiche e comunicative funzionali a ruoli di livello strategico-manageriale in termini di "problem solving" e gestione dei gruppi di lavoro in ottica "total empowerment", nonché all'analisi degli articolati processi dell'influenza sociale. Ciò grazie all'approfondimento delle tematiche relative ai processi interazionali e comunicativi legati all'interculturalità; alle dimensioni sociologiche dell'organizzazione politica e delle dinamiche degli attori internazionali, cui si correlano la conoscenza e comprensione della dimensione simbolica e delle principali strutture della comunicazione politica contemporanea; alle caratteristiche generali delle tecniche di Neuroimaging e delle funzioni cognitive (percezione, attenzione, memoria, linguaggio, motivazione e emozioni); alla progettazione, conduzione ed elaborazione delle risultanze di una ricerca sul campo; all'evoluzione dei nuovi media in rapporto agli strumenti della comunicazione digitale ed al correlato cambiamento socio-culturale.

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso formativo i laureati saranno in grado di indirizzare e gestire strategie di comunicazione di gruppi di lavoro, anche caratterizzati da un notevole grado di diversità culturale; di padroneggiare dinamiche sociali di formazione, consolidamento e cambiamento delle tendenze di opinione; di valutare le tecniche adatte per la produzione di messaggi in relazione ai contenuti da trasmettere; di sfruttare le conoscenze acquisite a livello

metodologico in diversi contesti di ricerca per produrre e analizzare dati statistici, anche attraverso l'analisi grafica. La capacità di gestione della comunicazione in un'ottica multipla (vale a dire utilizzando le prerogative di diversi canali e considerando la natura diversificata dei pubblici di riferimento, con particolare attenzione ai new media), costituirà pertanto un punto di forza del profilo professionale.

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE E MEDIAZIONE INTERCULTURALE [url](#)

COMUNICAZIONE POLITICA [url](#)

METODI DI ANALISI STATISTICA APPLICATA [url](#)

NEUROSCIENZE COGNITIVE E SOCIALI [url](#)

ORGANIZZAZIONE E DINAMICHE DEI MASS MEDIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI FENOMENI POLITICI [url](#)

## Area dell'Economia e della Comunicazione d'impresa

### Conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso formativo, i laureati saranno in grado di comprendere i fattori determinanti la capacità e l'efficacia, da parte di organizzazioni di diversa specie, di soddisfare tanto le aspettative degli interlocutori di mercato quanto quelle degli interlocutori sociali. In dettaglio, i laureati acquisiranno conoscenze finalizzate a comprendere i principali contributi in materia di strategia aziendale, nonché logica e fasi del business planning; i processi e le strategie comunicativi all'interno di organizzazioni complesse, con particolare attenzione all'influenza delle nuove tecnologie comunicative; la logica di analisi, i concetti e la terminologia specialistica inerenti le modalità di funzionamento della marca in quanto strumento essenziale nella comunicazione delle aziende contemporanee; le strategie, le tecniche ed i linguaggi legati alla comunicazione integrata. I laureati, inoltre, svilupperanno conoscenza e comprensione riguardo alle principali teorie e tecniche del project management e della comunicazione pubblicitaria integrata; alla gestione strategica ed etica delle relazioni interne ed esterne con gli stakeholder, alle possibili declinazioni del concetto di sostenibilità e alle modalità di progettazione e misurazione dei risultati della sua comunicazione.

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Alla fine del percorso formativo i laureati saranno in grado di analizzare le modalità di funzionamento, il sistema di interdipendenze con l'ambiente e gli obiettivi perseguiti da organizzazioni reali, identificandone punti di forza e ambiti di miglioramento, e sapranno finalizzare l'utilizzo degli strumenti di comunicazione al raggiungimento di migliori performance. In particolare, i laureati sapranno analizzare il rapporto e i processi che intercorrono tra comunicazione e contesti socio-organizzativi (sia a livello intra-sistemico che a livello sociale globale), utilizzando a fini progettuali i profondi mutamenti nelle strategie comunicative prodotti dalla rivoluzione digitale; gestire e valutare la qualità delle dinamiche relazionali interne ed esterne dell'organizzazione; predisporre piani e campagne di comunicazione, definendo altresì gli indicatori per il monitoraggio dell'efficacia e applicare strategie per la comunicazione interculturale con lingua inglese come lingua franca.

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BRAND MANAGEMENT [url](#)

COMUNICAZIONE DELLE ORGANIZZAZIONI COMPLESSE [url](#)

LABORATORIO DI PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE INTEGRATA [url](#)

LABORATORIO DI PROJECT MANAGEMENT [url](#)

LABORATORIO GLOBCOM [url](#)

RELAZIONI DI QUALITÀ ED ETICA DELLE ORGANIZZAZIONI [url](#)

SOSTENIBILITÀ E COMUNICAZIONE STRATEGICA [url](#)



## QUADRO A4.c

**Autonomia di giudizio**  
**Abilità comunicative**  
**Capacità di apprendimento**

<p><b>Autonomia di giudizio</b></p>	<p>La formazione offerta consentirà agli studenti del secondo ciclo di sviluppare particolari competenze e conoscenze per affrontare, nell'ambito dei compiti professionali dirigenziali e di capo-progetto, la soluzione di problemi complessi con autonomia di giudizio, capacità critica, formulazione di giudizi dopo la mappatura delle soluzioni possibili con attenzione al contesto sociale di riferimento e alle basi etiche relative ai contenuti professionali. Un lavoro specifico sarà dedicato a fornire competenze per la fase valutativa e di monitoraggio di una azione o di un intervento, svolgendo approfondimenti sui contesti, sugli attori, sulle dinamiche sociali ed individuali e sui pubblici di riferimento, nonché sulle basi teoriche ed etiche implicate. In questo contesto saranno applicate tecniche di simulazione delle azioni e di valutazione degli esiti dei percorsi progettuali a seconda dei diversi codici etici e delle differenti ricadute sociali in termini di responsabilità, ma anche di efficacia dell'azione stessa. Le capacità di giudizio verranno valutate mediante prove intermedie e finali durante le sessioni d'esame, le presentazioni di progetti di laboratorio, le attività di tirocinio e mediante la prova finale.</p>	
<p><b>Abilità comunicative</b></p>	<p>I laureati dovranno essere in grado di gestire la comunicazione tra diversi soggetti con diversi codici linguistici e comunicativi, con particolare attenzione alla lingua inglese, nonché ai linguaggi dei nuovi media, adeguando i codici comunicativi a seconda degli interlocutori e dei contesti in cui svilupperanno le loro competenze professionali. Le competenze acquisite attraverso attività laboratoriali, seminariali e di approfondimento individuale e guidato permetteranno allo studente di sviluppare dei progetti di comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni. Sarà data particolare attenzione alle attività che completano l'offerta didattica tradizionale sviluppando dei percorsi formativi con forte valenza individuale stimolando le capacità di ricerca e di produzione di percorsi progettuali complessi. Tali attività saranno valutate con prove intermedie e con monitoraggi continui dell'apprendimento da parte dei docenti. Saranno previsti anche momenti di esposizione e di verifica comune del lavoro degli studenti anche in gruppi di confronto.</p>	
<p><b>Capacità di apprendimento</b></p>	<p>I laureati avranno acquisito una preparazione specialistica, basata su solide basi, che stimolerà la propensione all'apprendimento continuo anche dopo l'inserimento nel mondo professionale, sia attraverso percorsi formativi post-laurea ad alta specializzazione sia attraverso corsi di aggiornamento,</p>	

perfezionamento e specializzazione. Le capacità di apprendimento continuo verranno consolidate mediante attività formative laboratoriali, seminariali e mediante l'assegnazione di lavori individuali e collettivi di approfondimento tematico (tesine). La prova finale dovrà verificare le capacità acquisite in termini di elaborazione autonoma e critica e di capacità manageriale e gestionale, nonché la propensione all'uso delle nuove tecnologie comunicative



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

07/02/2022

Le attività affini e integrative si integrano coerentemente negli obiettivi formativi del corso, perché costituite da discipline volte all'approfondimento di competenze specifiche ed allo sviluppo di abilità trasversali. Esse permettono l'acquisizione di ulteriori strumenti teorici e metodologici al fine del profilo professionale ad alta qualificazione individuato, in grado di operare in ambiti diversificati e complessi.

Gli studenti acquisiranno conoscenze specialistiche nei campi linguistico, psicologico, sociologico, geografico e semiotico, sviluppando ulteriormente le capacità analitiche in rapporto a diversi contesti socio-culturali, a fenomeni e pragmatiche della comunicazione, nonché a dinamiche e processi della contemporaneità, sia a livello locale/territoriale che inter/sovranazionale. Al loro interno, è prevista un'attività obbligatoria finalizzata a fornire delle competenze specializzate in lingua inglese, cui sono riservati 9 Cfu.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

15/05/2014

La prova finale consiste nella predisposizione e discussione di un elaborato redatto in lingua italiana (o in lingua inglese, per comprovate esigenze didattico-formative ovvero proprie dell'argomento oggetto della dissertazione) sotto la guida di un relatore. L'elaborato finale verterà su contenuti coerenti con gli obiettivi formativi del corso di studio e avrà spiccate caratteristiche di originalità, autonomia e utilizzo critico dei supporti bibliografici e documentali. Esso potrà anche riguardare progetti sperimentali nel campo della comunicazione integrata.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

13/06/2023

La tesi di laurea magistrale, di 21 CFU, consiste in un elaborato scritto predisposto sotto la guida di un relatore. Il relatore può essere, al momento dell'assegnazione dell'argomento di tesi, qualsiasi docente di ruolo nell'Università di Udine o responsabile di un insegnamento del medesimo ateneo. Il direttore del dipartimento competente nomina successivamente all'interno della commissione di laurea anche un correlatore della tesi.

La tesi di laurea magistrale in Comunicazione integrata per le imprese è concepita come un elaborato con le caratteristiche di un lavoro di ricerca e di approfondimento di uno specifico tema di una delle aree disciplinari del corso. L'argomento della tesi magistrale è, di norma, diverso rispetto a quello della triennale. Eventuali possibilità di ampliamento e approfondimento tematico rispetto alla tesi di laurea triennale sono accuratamente vagliate dal relatore di concerto con il candidato. La tesi, a richiesta del docente o dello studente, può essere redatta in lingua diversa dall'italiano per comprovate esigenze didattico-formative proprie del corso di studi, ovvero proprie dell'argomento oggetto della dissertazione; in tal caso viene redatto un abstract in italiano.

La struttura della tesi deve far emergere l'apporto personale del candidato, una corretta chiave di impostazione metodologica, nonché capacità di utilizzo critico dei supporti bibliografici e documentali.

La tesi può ottenere sino ad un massimo di 10 punti e la lode, assegnata con l'unanimità dei consensi. La commissione di laurea viene definita sulla base di quanto disposto dal Regolamento Didattico d'Ateneo.

Ulteriori informazioni riguardanti la stesura della tesi di laurea potranno essere individuate al link di seguito riportato.

Presso la sede di Gorizia sono previsti inoltre, durante i semestri di lezione, dei cicli di seminari propedeutici alla definizione del progetto di tesi, alla strutturazione di una ricerca bibliografica e conseguente stesura di un elaborato di tesi. Ogni ciclo contempla una serie di incontri specifici riferiti a ciascuna macro-area disciplinare.

Link: <http://www.uniud.it/it/didattica/info-didattiche/regolamento-esame-laurea/laurea-magistrale-comunicazione-integrata-imprese-organizzazioni/laurea-magistrale-comunicazione-integrata-imprese-organizzazioni> ( Regolamento tesi di laurea )



## Offerta didattica programmata

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07 Economia aziendale	72	36	36 - 45
	↳ SOSTENIBILITA' E COMUNICAZIONE STRATEGICA (1 anno) - 9 CFU - semestrale			
	↳ STRATEGIA AZIENDALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ BRAND MANAGEMENT (1 anno) - 9 CFU - semestrale			
	SECS-S/04 Demografia			
	↳ METODI DI ANALISI STATISTICA APPLICATA (1 anno) - 9 CFU - semestrale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ COMUNICAZIONE E MEDIAZIONE INTERCULTURALE (2 anno) - 9 CFU			
	↳ ORGANIZZAZIONE E DINAMICHE DEI MASS MEDIA (2 anno) - 9 CFU			
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici	30	30	18 - 36
	↳ SOCIOLOGIA DEI FENOMENI POLITICI (1 anno) - 9 CFU - semestrale			
	↳ COMUNICAZIONE POLITICA (2 anno) - 9 CFU			
	INF/01 Informatica			
↳ TECNOLOGIE WEB (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl				
M-PSI/05 Psicologia sociale				
↳ RELAZIONI DI QUALITA' ED ETICA DELLE ORGANIZZAZIONI (2 anno) - 6 CFU - obbl				

SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
↳	<i>COMUNICAZIONE DELLE ORGANIZZAZIONI COMPLESSE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>		
↳	<i>TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA INTEGRATA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>		
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 48)</b>			
<b>Totale attività caratterizzanti</b>		66	54 - 81

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione ↳ <i>SEMIOTICA DEI MEDIA AUDIOVISIVI (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>	27	18	12 - 18 min 12
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ <i>COMUNICAZIONE SPECIALIZZATA IN LINGUA INGLESE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-PSI/01 Psicologia generale ↳ <i>NEUROSCIENZE COGNITIVE E SOCIALI (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			18	12 - 18

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		9	9 - 9
Per la prova finale		21	21 - 21
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>	
<b>CFU totali inseriti</b>	120	102 - 138