

Allegato B2 a.a. 2018/2019

Quadro degli obiettivi formativi specifici e delle propedeuticità

Corso di Laurea magistrale in **Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni (LM-59)**

Rau, art. 12, comma 2, lettera b

N.	Insegnamento	Settore SSD	Obiettivi dell'insegnamento [=Conoscenze e abilità da acquisire]	Descrittore	Propedeuticità obbligatorie*
1	Tecnologie Web	INF/01	Alla fine del corso lo studente dovrà		
			conoscere i concetti, le metodologie e i fondamenti delle tecnologie Web; conoscere i linguaggi alla base delle tecnologie Web, come HTML e CSS	Conoscenza e comprensione	
			saper progettare, realizzare, validare e pubblicare un sito Web responsive; saper utilizzare i CSS; saper costruire semplici programmi con linguaggi di scripting; saper progettare un semplice database; saper applicare i concetti, le metodologie e le tecnologie Web a casi di studio anche non strettamente informatici	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			operare scelte metodologiche e tecnologiche nella progettazione e realizzazione di progetti su casi reali; scegliere il layout grafico ed usare gli strumenti adeguati per realizzarlo.	Autonomia di giudizio	
			svolgere esercitazioni scritte; progettare graficamente e curare la strutturazione dei contenuti di un sito Web; partecipare a progetti di gruppo e a produzioni collaborative; illustrare con rigore logico e terminologico, oralmente, i risultati ottenuti.	Abilità comunicative	
			saper reperire, consultare ed applicare il materiale didattico utile a maturare capacità di astrazione, generalizzazione e deduzione.	Capacità di apprendimento	
2	Semiotica dei media audiovisivi	L-ART/06	Conoscere i principali metodi di analisi del testo audiovisivo (semiologici, narratologici, semiopragmatici, mediologici, culturologici). Comprendere le strategie narrative, discorsive, produttive e di identificazione di un testo audiovisivo.	Conoscenza e comprensione	
			Saper identificare le caratteristiche testuali salienti di un testo audiovisivo. Comprendere le strategie discorsive adottate da un testo audiovisivo e la loro funzionalità comunicativa.	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			Saper comprendere, attraverso l'autonoma analisi testuale, delle dinamiche e percorsi di costruzione del senso adottati dal testo esaminato. Saper collocare il/i testo/i analizzati in più ampi e generali contesti di strategia comunicativa.	Autonomia di giudizio	

			<p>Rendere conto in forma efficace e analitica delle caratteristiche testuali e della tipologia comunicativa di un testo audiovisiva. Descrivere e interpretare un testo audiovisivo in forma di relazione scritta. Poter progettare le strategie testuali più adeguate ed efficaci per una comunicazione audiovisiva.</p>	Abilità comunicative	
			<p>Reperire e valorizzare gli strumenti bibliografici e informatici più appropriati a svolgere un lavoro analitico. Costituire e orientarsi in un corpus adeguato di fonti audiovisive, ai fini di una analisi coerente ed efficace. Adottare gli strumenti informatici di descrizione e comunicazione del lavoro analitico più funzionali ai propri obiettivi.</p>	Capacità di apprendimento	
3	Comunicazione specializzata in lingua inglese	L-LIN/12	<p>Conoscere i principali strumenti di analisi del testo (con particolare riferimento a testi autentici con funzione persuasivo-promozionale nel contesto della comunicazione aziendale e istituzionale) in prospettiva sociosemiotica e linguistico-critica Comprendere le specificità linguistico-culturali e le dinamiche pragmatico-testuali con particolare attenzione alla costruzione dei significati impliciti, dell'identità e dei rapporti interpersonali di solidarietà e dominanza</p>	Conoscenza e comprensione	
			Saper applicare gli strumenti di analisi linguistico-critica al fine di identificare le principali strategie di costruzione del (con)senso	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			Saper condurre un'autonoma riflessione metalinguistica applicandola a testi analoghi, per caratteristiche comunicativo-funzionali, a quelli affrontati in classe	Autonomia di giudizio	
			<p>Saper analizzare e interpretare, con rigore terminologico, testi autentici scritti, orali e multimodali con funzione persuasivo-promozionale e negoziale Saper presentare, in forma orale, i risultati della propria analisi, interagendo in lingua inglese a livello C1 del CEFR</p>	Abilità comunicative	
			Saper reperire e valorizzare gli strumenti bibliografici e le fonti informatizzate più idonee allo svolgimento dell'analisi di testi analoghi, per tipologia e funzione, a quelli affrontati durante il corso	Capacità di apprendimento	
4	Neuroscienze cognitive e sociali	M-PSI/01	<p>conoscere le basi delle Neuroscienze Cognitive e Sociali; conoscere le caratteristiche generali delle tecniche di Neuroimaging e saper spiegare le caratteristiche di funzioni cognitive come la percezione, l'attenzione, la memoria, il linguaggio, la motivazione e le emozioni.</p>	Conoscenza e comprensione	
			saper interpretare i risultati di esperimenti scientifici;	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	

			saper inquadrare un problema secondo l'impostazione delle Neuroscienze Cognitive e Sociali		
			saper individuare le caratteristiche delle interazioni comunicative	Autonomia di giudizio	
			saper illustrare con rigore logico e terminologico le caratteristiche cognitive del comportamento umano	Abilità comunicative	
			saper reperire e utilizzare strumenti bibliografici e informatici utili per l'approfondimento autonomo di problemi inerenti alle Neuroscienze Cognitive e Sociali	Capacità di apprendimento	
5	Relazioni di qualità ed etica delle organizzazioni	M-PSI/05	<p>Conoscere le principali teorie e tecniche relative alla gestione strategica ed etica delle relazioni interne ed esterne con gli stakeholder da parte delle diverse organizzazioni nella prospettiva della psicologia delle dinamiche del lavoro e dell'organizzazione;</p> <p>Conoscere la dinamica delle principali variabili intrapersonali (es. self-efficacy), interpersonali (es. empowering leadership), organizzative interne (es. talent management) ed esterne (es. reputation management) dell'organizzazione;</p> <p>In un'ottica di gestione delle relazioni interne, lo studente dovrà saper gestire processi di: selezione e reclutamento del personale, mantenimento di alti livelli di motivazione al lavoro ed empowerment, aggiornamento e formazione permanente, strategie di mantenimento del benessere lavorativo, gestione dello stress e burnout, forme di leadership efficace.</p> <p>In un'ottica di gestione delle relazioni esterne lo studente dovrà sapere gestire dinamiche di: creazione, monitoraggio e mantenimento della reputazione, fiducia e valore del brand, gestione delle relazioni strategiche con gli stakeholder dell'organizzazione, innovazione, responsabilità sociale d'impresa, etica deontologica del manager responsabile delle relazioni e delle risorse umane.</p> <p>Saper osservare e valutare autonomamente la qualità delle dinamiche relazionali interne ed esterne dell'organizzazione;</p> <p>Avere capacità di analisi critica delle variabili psico-sociali che definiscono un'organizzazione;</p> <p>Saper progettare e realizzare piani di intervento e di comunicazione per migliorare la qualità delle relazioni e la reputazione di un'organizzazione</p>	<p>Conoscenza e comprensione</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p> <p>Autonomia di giudizio</p> <p>Abilità comunicative</p> <p>Capacità di apprendimento</p>	
6	Strategia aziendale	SECS-P/07	Conoscere e aver compreso i principali contributi presenti in letteratura in materia di strategia aziendale;	Conoscenza e comprensione	

			<p>Conoscere e aver compreso logica e fasi del business planning</p> <p>Essere in grado di concepire e predisporre un business plan, traducendo un'idea imprenditoriale in un progetto articolato</p> <p>essere in grado di realizzare in autonomia l'analisi qualitativa e quantitativa della domanda, selezionando i metodi e i criteri di analisi dati più adatti;</p> <p>essere in grado di realizzare in autonomia le proiezioni economico finanziarie relative ad un progetto imprenditoriale;</p> <p>essere in grado di presentare, in modo rigoroso ed efficace, le caratteristiche di un progetto imprenditoriale e le sue implicazioni economico-finanziarie ai diversi stakeholder interessati.</p> <p>aver migliorato la capacità di analizzare e comprendere il contesto competitivo e generare soluzioni imprenditoriali innovative</p>	<p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p> <p>Autonomia di giudizio</p> <p>Abilità comunicative</p> <p>Capacità di apprendimento</p>	
7	Economia e gestione della marca	SECS-P/08	<p>conoscere la logica di analisi, i concetti e la terminologia specialistica necessari per leggere e analizzare le modalità di funzionamento della marca, intesa come strumento essenziale nelle strategie di comunicazione delle aziende contemporanee;</p> <p>essere in grado di elaborare in maniera originale e criticamente consapevole la logica di analisi e i concetti teorici relativi al brand;</p> <p>saper applicare le risorse metodologiche e concettuali offerte dalla disciplina all'analisi di specifici casi aziendali, identificando punti di forza/situazioni critiche e formulando indicazioni su possibili scelte strategiche e progettuali</p> <p>saper integrare le conoscenze offerte da questo insegnamento con quelle relative a differenti ambiti disciplinari, affini e/o complementari;</p> <p>essere in grado di valutare e gestire situazioni complesse, utilizzando una pluralità di prospettive</p> <p>saper condividere con i propri interlocutori, in modo chiaro ed efficace, sia le conoscenze di carattere teorico e metodologico, sia i risultati di specifiche analisi di caso;</p> <p>essere in grado di affinare e approfondire autonomamente le conoscenze relative a uno specifico ambito di studio, reperendo e utilizzando appropriati strumenti bibliografici e informatici;</p>	<p>Conoscenza e comprensione</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p> <p>Autonomia di giudizio</p> <p>Abilità comunicative</p> <p>Capacità di apprendimento</p>	
8	Responsabilità sociale, reporting strategia	SECS-P/07	<p>Conoscere e comprendere, attraverso una letteratura selezionata, i concetti di strategia d'impresa e di gestione strategica; di valori imprenditoriali; di responsabilità sociale, di report sociale e ambientale; conoscere le principali teorie, nonché i principali modelli e strumenti che ne discendono, per analizzarli e valutarli.</p> <p>Sviluppare la capacità di riconoscere quando le iniziative di responsabilità sociale sono concepite e realizzate in modo integrato con la strategia aziendale; di valutare l'impatto di tali iniziative</p>	<p>Conoscenza e comprensione</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p>	

			sull'equilibrio economico-finanziario, sulla competitività e sulla qualità delle relazioni con gli stakeholder di un'impresa; di "leggere" e interpretare un report sociale o di sostenibilità.		
			Formarsi un'idea autonoma e libera da mode e da teorie consolidate di quali sono i fini dell'impresa, del significato e del valore del profitto, del concetto di "sostenibilità". Sviluppare autonomia di giudizio per riconoscere un'impresa di successo "a tutto tondo" e identificare manager e imprenditori "responsabili". Sviluppare senso critico per discernere le iniziative di responsabilità sociale e la loro comunicazione attraverso report e altre forme di interazione con gli stakeholder che sono espressione di valori forti e autentici da parte dell'imprenditore o del management da quelle che hanno pura valenza di marketing o sono strumentali a dissimulare comportamenti e "modi di fare impresa" irresponsabili.	Autonomia di giudizio	
			Rafforzare le capacità di fare una presentazione efficace ai colleghi e al docente di un caso aziendale o di un report sociale / di sostenibilità predisposto da un'impresa; migliorare l'abilità di confrontarsi e di sostenere le proprie idee attraverso la discussione in classe di casi aziendali.	Abilità comunicative	
			Stimolare negli studenti l'attitudine, la motivazione e la capacità per aggiornarsi e approfondire, anche dopo la conclusione del corso, temi e problematiche di valutazione del livello di responsabilità di imprese, imprenditori e manager, anche con riferimento a specifiche situazioni e casi aziendali.	Capacità di apprendimento	
9	Sociologia dei fenomeni politici ed economici	SPS/07	conoscere le dimensioni sociologiche sia dell'organizzazione politica che delle dinamiche degli attori economici, nonché le loro interrelazioni; conoscere i principali lineamenti teorici inerenti sia i fenomeni politici che quelli economici; - conoscere i principali sottosistemi della vita associata.	Conoscenza e comprensione	
			saper applicare i diversi concetti e teorie nell'analisi di specifiche dinamiche sociali; saper applicare schemi di adattamento funzionale a esempi contingenti di strutturazione socio-economica.	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			saper analizzare criticamente l'azione delle strutture deputate alla formazione del consenso a fini collettivi; essere in grado di esaminare autonomamente le dinamiche dei rapporti di lavoro e i differenti significati dei comportamenti di natura economica; sviluppare parametri di giudizio e di analisi non legati a stereotipi fisso o a matrici ideologiche.	Autonomia di giudizio	

			sapere esporre e presentare in modo coerente e analitico costrutti e soggetti della sociologia politica e della sociologia economica.	Abilità comunicative	
			saper trovare e utilizzare, nel contesto dell'ampio dibattito contemporaneo su queste tematiche, testi e fonti per un utilizzo congruente e di approfondimento.	Capacità di apprendimento	
10	Comunicazione delle organizzazioni complesse	SPS/08	sviluppare una adeguata conoscenza dei processi comunicativi, intesi sia nei loro aspetti analitici sia in quelli relazionali; conoscere e saper spiegare processi e strategie comunicative all'interno delle organizzazioni complesse, con particolare attenzione alle nuove tecnologie di comunicazione e a come questi processi influiscano sulla performance organizzativa complessiva;	Conoscenza e comprensione	
			saper esplicitare e analizzare il rapporto e i processi che intercorrono tra comunicazione e contesti socio-organizzativi, sia a livello intra-sistemico sia a livello sociale globale; -saper analizzare, comprendere e utilizzare i profondi mutamenti nelle strategie comunicative organizzazionali alla luce della rivoluzione digitale in atto (<i>social media, direct contact, mobile connectivity, ecc.</i>);	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			saper giudicare e discernere messaggi, processi e strategie comunicative relativamente al loro potenziale campo di efficacia.	Autonomia di giudizio	
			saper promuovere e gestire processi di "cultura comunicativa" nelle organizzazioni complesse; saper strutturare una strategia comunicativa relativa all'utilizzo dei nuovi media e la sua integrazione con le strategie comunicative tradizionali;	Abilità comunicative	
			saper reperire e utilizzare strumenti di aggiornamento continuo, in particolare con una diretta esposizione e utilizzo dei nuovi media.	Capacità di apprendimento	
11	Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria integrata	SPS/08	Conoscere le principali teorie e tecniche della comunicazione pubblicitaria integrata in ottica strategica; Acquisire le competenze teoriche necessarie allo sviluppo di campagne di comunicazione in un contesto che integri diverse e specifiche azioni comunicative per favorire e consolidare l'engagement con il pubblico di riferimento.	Conoscenza e comprensione	
			Saper progettare e realizzare campagne di comunicazione pubblicitarie e di marketing nei termini di: specifiche strategie di marketing mix; definizione dei target della comunicazione; gestione del budget della comunicazione di marketing; definizione dei canali e gestione dei media e new media al servizio della creazione pubblicitaria; valutazione dell'impatto della campagna di comunicazione.	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			Saper analizzare criticamente l'efficacia delle specifiche strategie e strumenti utilizzati nelle campagne mirate di comunicazione pubblicitaria integrata	Autonomia di giudizio	

			Saper esporre e presentare in ottica strategica uno specifico piano di campagna di comunicazione integrata.	Abilità comunicative	
			Sviluppare autonomia di aggiornamento in ottica innovativa rispetto agli strumenti, alle tecniche e ai canali della comunicazione pubblicitaria integrata.	Capacità di apprendimento	
12	Comunicazione e mediazione interculturale	SPS/08	Allo scopo di arricchire ulteriormente la preparazione di professionisti della comunicazione capaci di operare in ambienti complessi e pluralistici, il corso si propone la trasposizione di alcuni concetti della comunicazione interculturale nella pratica delle relazioni pubbliche, rifacendosi anche a principi di gestione dei conflitti che possono insorgere nell'integrazione e confronto di differenti modelli culturali e sociali. Alla fine del corso, lo studente dovrà: conoscere i concetti e le teorie generali inerenti l'interculturalità e le questioni ad essa sottese; conoscere i lineamenti teorici di dinamiche processuali contemporanee, quali la globalizzazione, l'insorgenza di forme di neo-razzismo, ecc.;	Conoscenza e comprensione	
			saper adeguatamente contestualizzare concetti e teorie nell'osservazione di specifici casi e situazioni sociali; saper applicare coerenti strumenti di <i>problem solving</i> in caso di problematiche e/o conflittualità di natura culturale;	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			saper impiegare autonome capacità interpretative e critiche in contesti culturalmente diversificati; sviluppare attitudini intellettuali di apertura e dialogo nei confronti di diverse strutture culturali di riferimento;	Autonomia di giudizio	
			sviluppare e rafforzare la propria competenza interculturale a livello comunicativo e relazionale;	Abilità comunicative	
			saper reperire e utilizzare fonti bibliografiche, dati statistici e descrittori finalizzati all'approfondimento multidimensionale di uno specifico ambito di studio.	Capacità di apprendimento	
13	Comunicazione mobile e dei nuovi media	SPS/08	conoscere la storia e l'evoluzione dei nuovi media anche in rapporto con i nuovi strumenti della comunicazione digitale; comprendere il cambiamento che i nuovi mezzi di comunicazione hanno portato nella società;	Conoscenza e comprensione	
			saper decifrare e comprendere il messaggio trasmesso dal nuovo supporto digitale; saper utilizzare la forma di comunicazione più appropriata a seconda dei media che la veicoleranno;	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			saper valutare quali siano le tecniche più adatte per la produzione di uno specifico messaggio digitale in relazione ai contenuti da trasmettere;	Autonomia di giudizio	
			saper illustrare con la corretta terminologia le scelte effettuate nella costruzione del messaggio	Abilità comunicative	

			utilizzando anche le specifiche tecniche necessarie al singolo caso;		
			saper ricercare con competenza nuove informazioni sul web utilizzando i diversi canali della comunicazione digitale.	Capacità di apprendimento	
14	Metodi di analisi statistica applicata	SECS-S/05	conoscere le fasi metodologiche della ricerca sul campo; conoscere gli strumenti di analisi statistica descrittiva; conoscere i principali test parametrici e non parametrici per la verifica d'ipotesi;	Conoscenza e comprensione	
			saper progettare e condurre una ricerca sul campo, a partire dalla definizione dell'obiettivo d'indagine; saper costruire un questionario; saper somministrare un questionario e condurre un'intervista strutturata; saper codificare i dati e fare il data entry; saper applicare gli strumenti di analisi statistica descrittiva; saper fare una rappresentazione grafica dei dati; saper utilizzare i test parametrici e non parametrici per la verifica d'ipotesi; saper analizzare tabelle e grafici;	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			saper scegliere le fonti di dati e informazioni preliminari all'avvio di una ricerca; capire qual è la tecnica più idonea per svolgere una determinata ricerca; sapere qual è lo strumento più adatto per ogni tipo di ricerca; saper scegliere i tipi di rappresentazione grafica e/o tabellare più idonei al contesto di ricerca saper scegliere quali test statistici sono idonei per procedere alla verifica d'ipotesi; saper fare un'analisi critica dei dati della propria ricerca o di ricerche fatte da terzi;	Autonomia di giudizio	
			saper redigere un report di ricerca che ripercorra chiaramente tutte le tappe metodologiche e che presenti i risultati in modo chiaro, comprensibile, efficace; saper sintetizzare i dati in tabelle e grafici; saper presentare ad un uditorio il lavoro di ricerca; saper coordinare un gruppo di rilevatori che devono fare la raccolta dei dati sul campo;	Abilità comunicative	
			saper fare l'analisi delle fonti documentarie di natura statistica, amministrativa, normativa, ecc. saper leggere qualunque tipo di grafico; saper interpretare i risultati dei test statistici utilizzati nella ricerca;	Capacità di apprendimento	
15	Laboratorio di Tecnologie WEB		rafforzare i concetti, le metodologie e i linguaggi delle tecnologie Web, studiate nell'insegnamento di Tecnologie Web;	Conoscenza e comprensione	1
			rafforzare gli aspetti applicativi relativi alla progettazione e alla realizzazione di siti Web responsive;	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	

			<p>specializzare la capacità di applicare CMS (Content Management Systems) per la creazione di siti Web; costruire semplici programmi con linguaggi di scripting; saper applicare le tecnologie Web a casi di studio reali.</p>		
			saper scegliere gli strumenti più adeguati per realizzare applicazioni reali.	Autonomia di giudizio	
			sapere motivare le scelte effettuate; saper presentare il proprio lavoro sia usando i registri comunicativi propri del Web che quelli di una comunicazione orale.	Abilità comunicative	
			saper reperire e fare uso critico dei manuali e dei riferimenti bibliografici, anche disponibili online; curare gli aspetti applicativi attraverso esercitazioni e progetti.	Capacità di apprendimento	
16	Laboratorio di Project management		conoscere e aver compreso le logiche e gli strumenti di base del project management;	Conoscenza e comprensione	6
			essere in grado di gestire un progetto dall'inizio alla conclusione utilizzando le logiche e gli strumenti del project management;	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			essere in grado di realizzare in autonomia le analisi qualitative e quantitativa necessarie alla realizzazione del progetto, selezionando i metodi e i criteri più adatti; -essere in grado di individuare in autonomia le modalità di implementazione più appropriate del progetto nelle varie fasi;	Autonomia di giudizio	
			essere in grado di comunicare, in modo rigoroso ed efficace, le caratteristiche di un progetto ed i suoi risultati ai diversi stakeholder interessati;	Abilità comunicative	
			aver migliorato la capacità di analizzare e comprendere contesti organizzativi complessi;	Capacità di apprendimento	
17	Laboratorio di Progettazione della comunicazione integrata		conoscere gli aspetti teorici e pratici delle strategie, delle tecniche, dei mezzi e dei linguaggi legati alla comunicazione integrata; dovrà sviluppare capacità di comprensione dei temi della comunicazione integrata e del corretto utilizzo degli strumenti propri della comunicazione d'impresa (scrittura di testi per Direct mail e Promozioni, Media relations, advertising e stesura di comunicati stampa ad hoc, progettazione di eventi efficaci..);	Conoscenza e comprensione	11
			saper interpretare le variabili della comunicazione d'impresa e applicare, attraverso esercitazioni di scrittura e di comunicazione interpersonale nonché di public speaking con l'utilizzo della videoregistrazione svolte in aula, gli strumenti propri della comunicazione d'impresa; saper inquadrare le criticità (comunicazione di crisi, reputazione, ...), applicando le conoscenze di cui sopra;	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			saper applicare le conoscenze acquisite per ideare, sviluppare e valutare idee creative funzionali agli obiettivi definiti nella strategia di comunicazione;	Autonomia di giudizio	

			saper illustrare, a voce e per iscritto, un piano di comunicazione integrata;	Abilità comunicative	
			saper reperire e utilizzare strumenti bibliografici e informatici utili per l'approfondimento autonomo di problemi inerenti la comunicazione d'impresa e applicare le conoscenze e le competenze acquisite durante il corso attraverso l'analisi di scenari nel campo della comunicazione integrata;	Capacità di apprendimento	
18	Laboratorio interdisciplinare in lingua inglese		Saper analizzare in forma orale, anche attraverso il lavoro di gruppo e la simulazione di trattative e negoziazioni, le attività di comunicazione integrata (in lingua inglese) di aziende e istituzioni Saper comprendere e descrivere le caratteristiche tipologico-funzionali di una gamma di testi autentici nell'ambito della comunicazione interna ed esterna di aziende ed istituzioni	Conoscenza e comprensione	3
			Saper progettare campagne di comunicazione integrata in lingua inglese (come lingua franca) nei principali contesti operativi, anche interculturali, di aziende e istituzioni	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
			Saper condurre un'autonoma riflessione metalinguistica	Autonomia di giudizio	
			Abilità di analisi testuale, produzione scritta e <i>public speaking</i> (con particolare riferimento a "meetings and negotiations") a livello C1 del CEFR	Abilità comunicative	
			Utilizzare corpora di testi autentici paralleli, glossari, fonti bibliografiche informatizzate, ecc. per produrre testi funzionalmente efficaci ed appropriati ai vari contesto d'uso	Capacità di apprendimento	

* va indicato il numero di riferimento dell'/degli insegnamento/i propedeutico/i a quello descritto.