

**Allegato B2 a.a. 2019/2020**

**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<br>[=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;<br>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;<br>saper utilizzare i CSS;<br>saper costruire semplici programmi con linguaggi di scripting;<br>saper progettare un semplice database;<br>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;<br>scegliere il layout grafico ed usare gli strumenti adeguati per realizzarlo.   | Autonomia di giudizio                           |                              |
|    |                                 |             | svolgere esercitazioni scritte;<br>progettare graficamente e curare la strutturazione dei contenuti di un sito Web;<br>partecipare a progetti di gruppo e a produzioni collaborative;<br>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).<br>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.<br>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.<br>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.<br/>         Descrivere e interpretare un testo audiovisivo in forma di relazione scritta.<br/>         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.<br/>         Costituire e orientarsi in un corpus adeguato di fonti audiovisive, ai fini di una analisi coerente ed efficace.<br/>         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<br/>         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<br/>         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;<br/>         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".<br>Sviluppare autonomia di giudizio per riconoscere un'impresa di successo "a tutto tondo" e identificare manager e imprenditori "responsabili".<br>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;<br>conoscere i principali lineamenti teorici inerenti sia i fenomeni politici che quelli economici;<br>- conoscere i principali sottosistemi della vita associata.   | Conoscenza e comprensione                       |  |
|   |   |        | saper applicare i diversi concetti e teorie nell'analisi di specifiche dinamiche sociali;<br>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;<br>essere in grado di esaminare autonomamente le dinamiche dei rapporti di lavoro e i differenti significati dei comportamenti di natura economica;<br>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;<br>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;<br>-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;<br>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;<br>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.<br>Alla fine del corso, lo studente dovrà:<br>conoscere i concetti e le teorie generali inerenti l'interculturalità e le questioni ad essa sottese;<br>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;<br>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;<br>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;<br>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;<br>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/04 | conoscere le fasi metodologiche della ricerca sul campo;<br>conoscere gli strumenti di analisi statistica descrittiva;<br>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;<br>saper costruire un questionario;<br>saper somministrare un questionario e condurre un'intervista strutturata;<br>saper codificare i dati e fare il data entry;<br>saper applicare gli strumenti di analisi statistica descrittiva;<br>saper fare una rappresentazione grafica dei dati;<br>saper utilizzare i test parametrici e non parametrici per la verifica d'ipotesi;<br>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;<br>capire qual è la tecnica più idonea per svolgere una determinata ricerca;<br>sapere qual è lo strumento più adatto per ogni tipo di ricerca;<br>saper scegliere i tipi di rappresentazione grafica e/o tabellare più idonei al contesto di ricerca<br>saper scegliere quali test statistici sono idonei per procedere alla verifica d'ipotesi;<br>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;<br>saper sintetizzare i dati in tabelle e grafici;<br>saper presentare ad un uditorio il lavoro di ricerca;<br>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.<br>saper leggere qualunque tipo di grafico;<br>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;<br/>costruire semplici programmi con linguaggi di scripting;<br/>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;<br>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;<br>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;<br>-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;<br>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;<br>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<br>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.