

**Allegato B2 a.a. 2023/2024**

**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]	Propedeuticità obbligatorie*										
			Alla fine del corso lo studente dovrà											
1	Brand management [insegnamento opzionale]	SECS-P/08	<table border="1"> <tr> <td>Conoscenza e comprensione</td> <td>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; essere in grado di elaborare in maniera originale e criticamente consapevole la logica di analisi e i concetti teorici relativi al brand;</td> </tr> <tr> <td>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</td> <td>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</td> </tr> <tr> <td>Autonomia di giudizio</td> <td>saper integrare le conoscenze offerte da questo insegnamento con quelle relative a differenti ambiti disciplinari, affini e/o complementari; essere in grado di valutare e gestire situazioni complesse, utilizzando una pluralità di prospettive</td> </tr> <tr> <td>Abilità comunicative</td> <td>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;</td> </tr> <tr> <td>Capacità di apprendimento</td> <td>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;</td> </tr> </table>	Conoscenza e comprensione	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; essere in grado di elaborare in maniera originale e criticamente consapevole la logica di analisi e i concetti teorici relativi al brand;	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	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	Autonomia di giudizio	saper integrare le conoscenze offerte da questo insegnamento con quelle relative a differenti ambiti disciplinari, affini e/o complementari; essere in grado di valutare e gestire situazioni complesse, utilizzando una pluralità di prospettive	Abilità comunicative	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;	Capacità di apprendimento	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;	nessuna
Conoscenza e comprensione	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; essere in grado di elaborare in maniera originale e criticamente consapevole la logica di analisi e i concetti teorici relativi al brand;													
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	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													
Autonomia di giudizio	saper integrare le conoscenze offerte da questo insegnamento con quelle relative a differenti ambiti disciplinari, affini e/o complementari; essere in grado di valutare e gestire situazioni complesse, utilizzando una pluralità di prospettive													
Abilità comunicative	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;													
Capacità di apprendimento	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;													
2	Comunicazione delle organizzazioni complesse [insegnamento obbligatorio]	SPS/08	<table border="1"> <tr> <td>Conoscenza e comprensione</td> <td>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;</td> </tr> <tr> <td>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</td> <td>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>);</td> </tr> <tr> <td>Autonomia di giudizio</td> <td>saper giudicare e discernere messaggi, processi e strategie comunicative relativamente al loro potenziale campo di efficacia.</td> </tr> <tr> <td>Abilità comunicative</td> <td>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;</td> </tr> </table>	Conoscenza e comprensione	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;	Capacità di applicare 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> );	Autonomia di giudizio	saper giudicare e discernere messaggi, processi e strategie comunicative relativamente al loro potenziale campo di efficacia.	Abilità comunicative	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;	nessuna		
Conoscenza e comprensione	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;													
Capacità di applicare 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> );													
Autonomia di giudizio	saper giudicare e discernere messaggi, processi e strategie comunicative relativamente al loro potenziale campo di efficacia.													
Abilità comunicative	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;													

			Capacità di apprendimento	saper reperire e utilizzare strumenti di aggiornamento continuo, in particolare con una diretta esposizione e utilizzo dei nuovi media.	
3	Comunicazione e mediazione interculturale [insegnamento opzionale]	SPS/08	Conoscenza e comprensione	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.;	nessuna
			Capacità di applicare 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;	
			Autonomia di giudizio	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;	
			Abilità comunicative	sviluppare e rafforzare la propria competenza interculturale a livello comunicativo e relazionale;	
			Capacità di apprendimento	saper reperire e utilizzare fonti bibliografiche, dati statistici e descrittori finalizzati all'approfondimento multidimensionale di uno specifico ambito di studio.	
4	Comunicazione politica [insegnamento opzionale]	SPS/11	Conoscenza e comprensione	Conoscere a livello esperienziale i principi fondamentali della pragmatica della comunicazione umana, dell'ascolto empatico, dell'assertività; conoscere, anche a livello esperienziale, la dimensione simbolica della comunicazione e le principali strutture della comunicazione politica contemporanea	nessuna
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Saper applicare esperienzialmente i modelli della comunicazione empatica e assertiva; saper applicare i modelli della comunicazione simbolica.	
			Autonomia di giudizio	Saper analizzare i modelli comunicativi a livello politico; saper comprendere le dimensioni patologiche e manipolative della comunicazione politica.	
			Abilità comunicative	Saper mettere in pratica modelli efficaci di comunicazione autentica a livello pragmatico e simbolico.	
			Capacità di apprendimento	Saper utilizzare, nel contesto del dibattito sulla comunicazione politica contemporanea, testi e fonti per un utilizzo congruente e di approfondimento.	
5	Comunicazione specializzata in lingua inglese [insegnamento obbligatorio]	L-LIN/12	Conoscenza e comprensione	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	nessuna

			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Saper applicare gli strumenti di analisi linguistico-critica al fine di identificare le principali strategie di costruzione del (con)senso	
			Autonomia di giudizio	Saper condurre un'autonoma riflessione metalinguistica applicandola a testi analoghi, per caratteristiche comunicativo-funzionali, a quelli affrontati in classe	
			Abilità comunicative	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	
			Capacità di apprendimento	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	
6	Laboratorio Avanzato di Tecnologie WEB [insegnamento opzionale]		Conoscenza e comprensione	Il laboratorio avanzato di Tecnologie Web è finalizzato allo studio ed alla sperimentazione di tecnologie e metodologie comunicative proprie del Web (sociale e semantico). L'insegnamento intende presentare e consolidare i concetti, le metodologie e le tecnologie attraverso l'applicazione e la progettazione su casi reali (concordati con aziende del territorio e non, enti pubblici e privati) o su proposte originali, per la promozione e la valorizzazione attraverso la progettazione di siti Web ed app e attraverso l'uso di applicazioni 2.0 per creare artefatti digitali (come infografiche, loghi, linee temporali, mappe concettuali, sondaggi, report), e comunicazione via social.	18
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Gli studenti sapranno trattare casi di studio applicativi che prevederanno la creazione di un insieme di artefatti mirati, come, per esempio, quelli utili per la promozione di un brand, l'organizzazione di un evento, la valorizzazione di un'azienda, la realizzazione di un piano di comunicazione, la scrittura di un progetto in risposta ad un bando legato al territorio, o al turismo, oppure alla creazione di una startup relative all'intero programma di insegnamento.	
			Autonomia di giudizio	L'autonomia di giudizio verrà esercitata nello svolgimento di esercizi ed attività laboratoriali, nella realizzazione di un progetto applicativo al fine di fornire gli strumenti logici ed operativi per effettuare le scelte che queste attività impongono in maniera autonoma.	
			Abilità comunicative	Le abilità comunicative verranno esercitate e valutate attraverso: - svolgimento di attività laboratoriali; - progettazione e realizzazione di artefatti digitali; - progettazione grafica e strutturazione dei contenuti di un sito Web; - partecipazione a progetti di gruppo e a produzioni collaborative; - relazione scritta e presentazione orale dei risultati ottenuti, al fine di presentare il lavoro svolto sia usando i registri comunicativi propri del Web che quelli di una comunicazione orale.	
			Capacità di apprendimento	Le capacità di apprendimento saranno consolidate, esercitate e valutate al fine di fornire agli studenti gli strumenti adeguati per maturare capacità di astrazione, generalizzazione e deduzione, che permettano di progettare per il Web e per la comunicazione tradizionale in maniera autonoma e nel rispetto di principi generali.	

7	Laboratorio di Project management [insegnamento opzionale]			17
		Conoscenza e comprensione	conoscere e aver compreso le logiche e gli strumenti di base del project management;	
		Capacità di applicare conoscenza e comprensione	essere in grado di gestire un progetto dall'inizio alla conclusione utilizzando le logiche e gli strumenti del project management;	
		Autonomia di giudizio	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;	
		Abilità comunicative	essere in grado di comunicare, in modo rigoroso ed efficace, le caratteristiche di un progetto ed i suoi risultati ai diversi stakeholder interessati;	
		Capacità di apprendimento	aver migliorato la capacità di analizzare e comprendere contesti organizzativi complessi;	
8	Laboratorio di Progettazione della comunicazione integrata [insegnamento opzionale]			19
		Conoscenza e comprensione	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..);	
		Capacità di applicare conoscenza e comprensione	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;	
		Autonomia di giudizio	saper applicare le conoscenze acquisite per ideare, sviluppare e valutare idee creative funzionali agli obiettivi definiti nella strategia di comunicazione;	
		Abilità comunicative	saper illustrare, a voce e per iscritto, un piano di comunicazione integrata;	
		Capacità di apprendimento	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;	
9	Laboratorio Globcom [insegnamento opzionale]			nessuna
		Conoscenza e comprensione	Sviluppare la conoscenza delle teorie più importanti nell'ambito della comunicazione interculturale; essere in grado di sviluppare delle strategie per applicare le teorie in modo pratico.	
		Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Saper applicare delle strategie finalizzate alla comunicazione interculturale in lingua inglese come lingua franca	
		Autonomia di giudizio	Applicare un approccio antropologico alla linguistica e alla comunicazione, identificando i diversi livelli che pesano sulla trattativa interculturale; sviluppare strategie per superare gli eventuali ostacoli legati alla cultura tramite processi di conoscenza delle aspettative degli altri e una maggior consapevolezza.	
		Abilità comunicative	Essere in grado di esprimersi in modo sufficientemente scorrevole, strutturato e appropriato al registro, modulando strategicamente le proprie scelte espressive in funzione degli obiettivi perseguiti	

				e del contesto situazionale e culturale di riferimento e sapendo cogliere anche gli impliciti del discorso.	
			Capacità di apprendimento	Saper reperire e valorizzare gli strumenti formativi, bibliografici e le fonti informatizzate più idonee allo svolgimento del progetto	
10	Metodi di analisi statistica applicata [insegnamento opzionale]	SECS-S/04	Conoscenza e comprensione	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;	nessuna
			Capacità di applicare 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;	
			Autonomia di giudizio	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;	
			Abilità comunicative	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;	
			Capacità di apprendimento	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;	
11	Neuroscienze cognitive e sociali [insegnamento opzionale]	M-PSI/01	Conoscenza e comprensione	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.	nessuna
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	saper interpretare i risultati di esperimenti scientifici; saper inquadrare un problema secondo l'impostazione delle Neuroscienze Cognitive e Sociali	
			Autonomia di giudizio	saper individuare le caratteristiche delle interazioni comunicative	
			Abilità comunicative	saper illustrare con rigore logico e terminologico le caratteristiche cognitive del comportamento umano	
			Capacità di apprendimento	saper reperire e utilizzare strumenti bibliografici e informatici utili per l'approfondimento autonomo di problemi inerenti alle Neuroscienze Cognitive e Sociali	

12	Organizzazione e dinamiche dei mass media [insegnamento opzionale]	SPS/08			nessuna	
			Conoscenza e comprensione	e		<p>conoscere la storia e l'evoluzione dei nuovi media anche in rapporto con i nuovi strumenti della comunicazione digitale;</p> <p>comprendere il cambiamento che i nuovi mezzi di comunicazione hanno portato nella società;</p> <p>conoscere gli strumenti di analisi e di ricerca utilizzati nello studio dei pubblici della comunicazione mediale e, più in generale, della cultura di massa;</p> <p>conoscere alcuni 'case of studies' di pubblici-campione, interessati, cioè coinvolti, nella recente mutazione dei paradigmi socio-comunicativi;</p>
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	e		<p>saper decifrare e comprendere il messaggio trasmesso dal nuovo supporto digitale;</p> <p>saper utilizzare la forma di comunicazione più appropriata a seconda dei media che la veicoleranno;</p> <p>ai fini della comprensione dei contenuti mediali, acquisizione dei recenti dati ottenuti sugli effetti socio-culturali prodotti dai nuovi media e social-media;</p> <p>acquisizione di conoscenze sui nuovi tipi di codici vigenti e sui 'social pattern' attualmente osservabili.</p>
			Autonomia di giudizio			<p>saper valutare quali siano le tecniche più adatte per la produzione di uno specifico messaggio digitale in relazione ai contenuti da trasmettere;</p> <p>capacità di distinguere le tecniche mediali a funzionamento simbolico (dai risultati ampi; suggestivi), dalle tecniche sociosintoniche, che riguardano effetti motivazionali, relazionali, cioè a valore aggregativo;</p> <p>in termini più 'tecnici', saper analizzare i casi in cui 'un discorso di marca' è stato innestato su di una proiezione immaginaria di una società possibile (processo di contaminazione).</p>
			Abilità comunicative			<p>saper illustrare con la corretta terminologia le scelte effettuate nella costruzione del messaggio utilizzando anche le specifiche tecniche necessarie al singolo caso;</p> <p>studio selettivo della costruzione del messaggio mediale, in particolare, analizzando la consueta prassi (egemone nella comunicazione contemporanea) nel poter rendere 'cosa' - da rappresentare e scambiare - qualunque oggetto logico o simbolico (reificazione).</p>
Capacità di apprendimento	di	<p>saper ricercare con competenza nuove informazioni sul web utilizzando i diversi canali della comunicazione digitale;</p> <p>imparare ad acquisire informazioni, sviluppando l'attitudine a progettare la ricerca per temi ed argomenti; ciò può ottenersi in tre punti: a) individuare le keyword utili per individuare le informazioni che servono; b) selezionare i formati prioritari; c) stabilire una tabella di siti prioritari e siti da escludere, servendosi anche di strategie miste ed aleatorie, tra cui il 'brainstorming'.</p>				
13	Relazioni di qualità ed etica delle organizzazioni [insegnamento obbligatorio]	M-PSI/05			nessuna	
			Conoscenza e comprensione	e		<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>

			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	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. 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.	
			Autonomia di giudizio	Saper osservare e valutare autonomamente la qualità delle dinamiche relazionali interne ed esterne dell'organizzazione; Avere capacità di analisi critica delle variabili psico-sociali che definiscono un'organizzazione; Saper progettare e realizzare piani di intervento e di comunicazione per migliorare la qualità delle relazioni e la reputazione di un'organizzazione	
			Abilità comunicative	Saper illustrare con rigore logico e terminologico le dinamiche sociali, culturali e relazionali interne ed esterne dell'organizzazione.	
			Capacità di apprendimento	Saper individuare e utilizzare strumenti innovativi di comprensione e intervento migliorativo delle dinamiche relazionali di un'organizzazione	
14	Semiotica dei media audiovisivi [insegnamento opzionale]	L-ART/06	Conoscenza e comprensione	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.	nessuna
			Capacità di applicare 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.	
			Autonomia di giudizio	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.	
			Abilità comunicative	Rendere conto in forma efficace e analitica delle caratteristiche testuali e della tipologia comunicativa di un testo audiovisivo. Descrivere e interpretare un testo audiovisivo in forma di relazione scritta. Poter progettare le strategie testuali più adeguate ed efficaci per una comunicazione audiovisiva.	
			Capacità di apprendimento	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.	
15	Sociologia dei fenomeni politici [insegnamento opzionale]	SPS/11	Conoscenza e comprensione	Conoscere le dimensioni sociologiche sia dell'organizzazione politica che delle dinamiche degli attori internazionali, nonché le loro interrelazioni; conoscere i principali lineamenti teorici inerenti sia i fenomeni politici che quelli internazionali;	nessuna
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Saper applicare i diversi concetti e teorie nell'analisi di specifiche dinamiche sociali; saper applicare schemi di analisi e di trasformazione nel campo delle relazioni internazionali e delle tecniche di conflict resolution	

			Autonomia di giudizio	Saper analizzare criticamente l'azione delle strutture deputate alla formazione del consenso a fini collettivi; essere in grado di esaminare autonomamente le dinamiche dei conflitti e delle relazioni internazionali contemporanee; sviluppare parametri di giudizio e di analisi non legati a stereotipi fisso o a matrici ideologiche.	
			Abilità comunicative	Sapere esporre e presentare in modo coerente e analitico costrutti e soggetti della sociologia politica e della sociologia delle relazioni internazionali.	
			Capacità di apprendimento	Saper trovare e utilizzare, nel contesto dell'ampio dibattito contemporaneo su queste tematiche, testi e fonti per un utilizzo congruente e di approfondimento.	
16	Sostenibilità e comunicazione strategica [insegnamento opzionale]	SECS-P/07	Conoscenza e comprensione	Conoscere i principali approcci, le principali teorie e i principali concetti relativi alla sostenibilità, alla <i>triple bottom line</i> e alla comunicazione aziendale in ambito sociale e ambientale e l'evoluzione normativo-regolamentare che interessa questi temi.	nessuna
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Saper applicare i modelli di analisi e gli strumenti operativi forniti dall'insegnamento per a) identificare e valutare le scelte aziendali e le prassi comunicative in tema di sostenibilità; b) cogliere il loro grado di coerenza con il modello di business aziendale; c) identificare e proporre soluzioni meglio rispondenti alle esigenze dell'impresa e/o alle aspettative dei suoi portatori di interessi.	
			Autonomia di giudizio	Saper discernere le scelte aziendali e le prassi comunicative in tema di sostenibilità che sono espressione di valori autentici da parte dell'impresa da quelle che hanno pura valenza di marketing o sono strumentali a dissimulare comportamenti e modelli di business non sostenibili, anche con riferimento al problema del <i>greenwashing</i> .	
			Abilità comunicative	Rafforzare le capacità di fare una presentazione efficace di un caso aziendale o di un report 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.	
			Capacità di apprendimento	Stimolare negli studenti l'attitudine, la motivazione e la capacità per aggiornarsi e approfondire temi e problematiche di valutazione del livello di responsabilità di imprese, imprenditori e manager, anche con riferimento a specifiche situazioni e casi aziendali.	
17	Strategia aziendale [insegnamento obbligatorio]	SECS-P/07	Conoscenza e comprensione	Conoscere e aver compreso i principali contributi presenti in letteratura in materia di strategia aziendale; Conoscere e aver compreso logica e fasi del <i>business planning</i>	nessuna
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Essere in grado di concepire e predisporre un business plan, traducendo un'idea imprenditoriale in un progetto articolato	
			Autonomia di giudizio	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; essere in grado di realizzare in autonomia le proiezioni economico finanziarie relative ad un progetto imprenditoriale;	
			Abilità comunicative	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.	



			Capacità di apprendimento	di	aver migliorato la capacità di analizzare e comprendere il contesto competitivo e generare soluzioni imprenditoriali innovative	
18	Tecnologie Web [insegnamento obbligatorio]	INF/01	Conoscenza e comprensione	e	Conoscere i concetti, le metodologie e le tecnologie relative all'intero programma di insegnamento. Conoscere la storia del Web e la sua evoluzione verso il Web sociale, semantico, ed intelligente. Conoscere le app sociali per la comunicazione tradizionale e su Web. Comprendere i fondamenti delle Tecnologie Web.	nessuna
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	e	saper realizzare un insieme di artefatti digitali, come, per esempio, infografiche, mappe mentali, linee temporali, brevi video; saper progettare e realizzare grafica per la stampa e per il Web; saper progettare, realizzare e pubblicare un sito Web responsive; saper costruire un profilo LinkedIn; saper applicare i concetti, le metodologie e le tecnologie appresi a domini di applicazione differenti e propri del corso di laurea; sapere utilizzare il CMS (Content Management System) Wordpress	
			Autonomia di giudizio		L'autonomia di giudizio verrà esercitata nello svolgimento di esercizi ed attività laboratoriali, nella realizzazione di progetti al fine di fornire gli strumenti logici ed operativi per effettuare le scelte che queste attività impongono in maniera autonoma	
			Abilità comunicative		Le abilità comunicative verranno esercitate e valutate attraverso: svolgimento di esercitazioni scritte; progettazione grafica e realizzazione di artefatti digitali; progettazione grafica e strutturazione dei contenuti di un sito Web e di un'app per sistemi mobili; partecipazione a progetti di gruppo e a produzioni collaborative; relazione scritta e presentazione orale dei risultati ottenuti.	
			Capacità di apprendimento	di	Le capacità di apprendimento saranno esercitate e valutate al fine di fornire agli/alle studenti/esse gli strumenti adeguati per maturare capacità di astrazione, generalizzazione e deduzione, che permettano di progettare per il Web e per la comunicazione tradizionale in maniera autonoma e nel rispetto di principi generali.	
19	Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria integrata [insegnamento obbligatorio]	SPS/08	Conoscenza e comprensione	e	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.	nessuna
			Capacità di applicare conoscenza e comprensione	e	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.	
			Autonomia di giudizio		Saper analizzare criticamente l'efficacia delle specifiche strategie e strumenti utilizzati nelle	

				campagne mirate di comunicazione pubblicitaria integrata	
			Abilità comunicative	Saper esporre e presentare in ottica strategica uno specifico piano di campagna di comunicazione integrata.	
			Capacità di apprendimento	Sviluppare autonomia di aggiornamento in ottica innovativa rispetto agli strumenti, alle tecniche e ai canali della comunicazione pubblicitaria integrata.	

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