

CORSO DI LAUREA IN RELAZIONI PUBBLICHE

SEDE

GORIZIA

DURATA

3 ANNI

CREDITI

180

ACCESSO

NUMERO
PROGRAMMATO
LOCALE 220 POSTI

CLASSE

L-20 SCIENZE DELLA
COMUNICAZIONE

CONOSCENZE RICHIESTE PER L'ACCESSO

Ai fini dell'inserimento e del regolare progresso nel corso di studio si richiede un'adeguata preparazione iniziale costituita da:

- capacità logiche, di analisi critica e di comprensione del testo;
- sicura padronanza della lingua italiana e rigore terminologico, con adeguate competenze di scrittura e di analisi grammaticale e logica;
- un buon livello di cultura generale che verrà verificato da una prova di valutazione della preparazione iniziale sulle competenze riferite a macro aree disciplinari caratterizzanti del corso.



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

HIC SUNT FUTURA



UFFICIO ORIENTAMENTO E TUTORATO

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

UNIUD SOCIAL

www.uniud.it/socialmedia



_facebook/uniud
_ Gruppo Help!



_@universitadiudine
_@tutoruniud



_Università di Udine



_+39 3357794143



_@uniudine

www.uniud.it

**DIPARTIMENTO DI
LINGUE E LETTERATURE,
COMUNICAZIONE,
FORMAZIONE E SOCIETÀ
2023.2024**

DIPARTIMENTO DI LINGUE E LETTERATURE, COMUNICAZIONE, FORMAZIONE E SOCIETÀ

via Petracco 8
Udine
T 0432 556503

SEGRETERIA STUDENTI

Centro Polifunzionale
di Gorizia
via Santa Chiara 1
Gorizia
T 0481 580150
segreteria.cego@uniud.it



RELAZIONI PUBBLICHE CORSO DI LAUREA

**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

HIC SUNT FUTURA



La capacità di comunicare efficacemente e la capacità di relazionarsi con gli stakeholder esterni ed interni sono da sempre condizioni fondamentali per la sopravvivenza ed il successo delle organizzazioni. Sviluppare tali capacità è però più complesso che in passato: la globalizzazione ed il rapido progresso tecnologico provocano, infatti, cambiamenti economici e sociali repentini.

Il corso di Laurea in Relazioni Pubbliche fornisce le competenze e gli strumenti di base per gestire la comunicazione e la relazione con gli stakeholder nell'ambito di organizzazioni pubbliche, private e del non profit. In particolare, gli studenti del corso svilupperanno le competenze di base in materia di comunicazione (*corporate*, istituzionale, pubblica, sociale), di pubblicità, di marketing, di media relation, di gestione delle nuove tecnologie e di organizzazione di eventi.

Il percorso formativo prevede, inoltre, varie opportunità di tirocinio nazionali ed internazionali e lo studio di due lingue straniere a scelta dello studente.

Oltre la triennale è possibile proseguire gli studi con la laurea magistrale in Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni.

PIANO DI STUDI

1° ANNO

INSEGNAMENTI	CFU
Economia aziendale I (SECS-P/07)	6
Fondamenti di informatica (INF/01)	6
Psicologia delle relazioni (M-PSI/05)	9
Linguistica digitale (L-LIN/01)	9
Sociologia e metodologia della ricerca sociale (SPS/07)	9
Storia contemporanea e delle comunicazioni di massa (M-STO/04)	6
Lingua e comunicazione inglese I (L-LIN/12)	9
Laboratorio di scrittura	3

2° ANNO

INSEGNAMENTI	CFU
Lingua e comunicazione inglese II (L-LIN/12)	6
Teorie e tecniche delle relazioni pubbliche I (SPS/08)	6
Economia aziendale II (SECS-P/07)	6
Psicologia della comunicazione (M-PSI/01)	6
A scelta tra:	12
- Lingua e comunicazione spagnola (L-LIN/07)	
- Lingua e comunicazione tedesca (L-LIN/14)	
- Lingua e comunicazione slovena (L-LIN/21)	
Sociologia delle comunicazioni di massa (SPS/08)	9
A scelta tra:	6
- Dinamiche religiose (M-STO/06)	
- Geografia e analisi dei dati territoriali (M-GGR/02)	
- Diritto dell'informazione e della comunicazione (IUS/10)	
- Geomatica e nuove tecnologie (M-GGR/02)	
- Antropologia culturale (M-DEA/01)	
A scelta dello studente	6

3° ANNO

INSEGNAMENTI	CFU
Culture politiche in Europa (SPS/02)	6
Marketing (SECS-P/08)	6
Lingua e comunicazione inglese III (L-LIN/12)	9
Teoria e tecniche delle relazioni pubbliche II (SPS/08)	12
A scelta tra:	9
- Comunicazione pubblicitaria e nuovi media (SPS/08)	
- Teorie e tecniche di negoziazione (SPS/08)	
Laboratorio di Informatica multimediale	3
A scelta tra:	3
- Laboratorio di Tecniche di organizzazione	
- Laboratorio per l'Advertising	
- Laboratorio di metodologia della ricerca	
A scelta dello studente	6
Tirocinio	6
Prova finale	6