

## SBOCCHI PROFESSIONALI

I laureati in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità potranno operare in tutti i settori e gli ambiti di attività professionale in cui si richiede una elevata capacità di gestione delle relazioni e dei sistemi di comunicazione e competenze specializzate in qualità di autori, operatori, esperti, analisti della comunicazione con riferimento all'ideazione e alla realizzazione di testi, prodotti ed eventi comunicativi e alle funzioni di comunicazione interna ed esterna di organizzazioni pubbliche, private e non profit.

Tra i principali profili professionali che emergono dal percorso formativo della laurea magistrale, si segnalano:

- **comunicazione pubblica:** responsabili delle strutture di informazione e comunicazione della Pubblica Amministrazione, degli enti pubblici e delle società di servizi pubblici.
- **comunicazione sociale:** responsabile della comunicazione nelle organizzazioni non profit e del terzo settore, con riferimento alla comunicazione interna e verso i pubblici esterni.
- **comunicazione d'impresa:** ruoli di responsabilità riferibili prevalentemente alla gestione della comunicazione, alla gestione della comunicazione interna ed esterna.
- **comunicazione pubblicitaria:** funzioni di responsabilità o di alta professionalità in agenzie pubblicitarie, in relazione alle professionalità creative legate alla ideazione e realizzazione dei prodotti pubblicitari e alla funzioni di pianificazione, ideazione e realizzazione di campagne pubblicitarie e di cura dei rapporti con i clienti e i committenti.
- **organizzazione di eventi:** il laureato può operare in società specializzate o presso amministrazioni e aziende con il compito di organizzare manifestazioni, convegni, mostre, eventi culturali, etc. curando la progettazione, la realizzazione e la gestione, la pubblicizzazione e i rapporti con i media.
- **professionalità nel settore del giornalismo** della carta stampata, radiotelevisivo e on line.
- percorso specificamente orientato alla **ricerca** in ambito universitario o presso enti ed istituzioni scientifiche.

## REQUISITI DI AMMISSIONE

Per i laureati di tutte le classi di laurea si richiede di aver maturato:

- almeno 70 CFU che assicurino una sufficiente formazione di base soprattutto nei settori scientifico-disciplinari che caratterizzano gli ambiti della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria, che saranno stabiliti dal Regolamento Didattico del Corso di Laurea;
- almeno 6 CFU, anche in forma laboratoriale, nella lingua inglese o, in alternativa, il possesso di uno dei certificati internazionali di conoscenza della lingua inglese;
- almeno 4 CFU, anche in forma laboratoriale, nelle discipline informatiche o, in alternativa, il possesso di patente informatica europea o certificazioni affini.

Nel Regolamento Didattico saranno altresì previsti eventuali ulteriori requisiti per la verifica dell'adeguatezza della preparazione.

**Accesso:** le competenze di base richieste per l'accesso alla Laurea Magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità possono derivare da tutte le classi di laurea (ex DM 270/04, ex DM 509/99, ex DM 508/99) oppure da lauree di ordinamenti previgenti o da titoli equipollenti, nonché da titoli conseguiti all'estero e riconosciuti idonei.

**Durata del corso:** 2 anni

**Frequenza:** consigliata

**Sede del corso:** Campobasso

**Iscrizione:** i termini di scadenza per le iscrizioni sono fissati al 20 settembre 2012

Gli studenti con disabilità, attraverso l'Ufficio Disabilità, hanno l'opportunità di sostenere esami equiparati, di avvalersi di ausili, di usufruire di tempi prolungati.

## UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL MOLISE

**Dipartimento di Scienze Umanistiche,  
Sociali e della Formazione**

Sede di Campobasso

Via De Sanctis – II Edificio Polifunzionale

86100 CAMPOBASSO Tel. 0874 404362

Fax 0874 94442

e-mail: [dipscienzeumanistichedidattica@unimol.it](mailto:dipscienzeumanistichedidattica@unimol.it)

Presidente del Corso di Studi

Prof. Flavia Monceri

Tel . 0874 4041

E-mail: [flavia.monceri@unimol.it](mailto:flavia.monceri@unimol.it)

Delegato di Dipartimento e di Corso  
di Studi per la Disabilità:

Prof. Fabio Ferrucci

Tel. 0874 404472

E-mail: [ferrucci@unimol.it](mailto:ferrucci@unimol.it)



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DEL MOLISE

DIPARTIMENTO

**di SCIENZE UMANISTICHE,  
SOCIALI E DELLA  
FORMAZIONE**

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE  
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA,  
D'IMPRESA E PUBBLICITÀ

CLASSE: LM-59

CAMPOBASSO

ANNO ACCADEMICO 2012/2013

## OBIETTIVI FORMATIVI

Il Corso di Laurea Magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità si propone di fornire ai laureati, attraverso un percorso formativo a carattere fortemente interdisciplinare, le conoscenze e le competenze avanzate per l'assunzione di ruoli di responsabilità o di elevata professionalità nei settori di riferimento.

- Per quanto concerne la **comunicazione pubblica**, il percorso formativo intende offrire: competenze specifiche nella comunicazione autoprodotta ed eteroprodotta; capacità organizzative del servizio e degli aspetti di front line con gli utenti/clienti; capacità avanzate nella comunicazione interna, nonché conoscenza dei sistemi ordinamentali, dei modelli organizzativi e delle procedure per l'analisi di processi di gestione interni; capacità relazionali con il mondo dei media.
- Nell'ambito della **comunicazione d'impresa**, in sintonia con lo sviluppo di un'economia fondata sulla conoscenza, il percorso formativo intende assicurare: competenze specifiche relative all'organizzazione aziendale e al comportamento organizzativo; conoscenze avanzate degli strumenti aziendali, economici e giuridici; capacità di analisi delle variabili strutturali aziendali, interne ed esterne (*customer satisfaction, business system*, analisi di mercato, procedure organizzative); competenze specifiche nella comunicazione d'impresa (programmazione dei Piani di Comunicazione Integrata, creazione e gestione della *Corporate Identity*, monitoraggio della *Corporate Image* e della *Corporate Reputation*).
- Nel settore della **pubblicità**, il percorso formativo intende assicurare: capacità di leggere ed interpretare gli andamenti di mercato nazionale ed internazionale; competenze nell'uso delle nuove tecnologie informatiche ed audio-visive per costruire e veicolare il messaggio pubblicitario; conoscenze del quadro normativo della tutela del consumatore e della concorrenzialità dei mercati; competenze nel campo della pianificazione strategica del marketing mix.

## PIANO DI STUDIO

INSEGNAMENTI	CFU
<b>I ANNO</b>	
Diritto dell'informazione e della comunicazione	9
Ermeneutica della comunicazione	9
Politica economica dell'informazione	6
Teoria della comunicazione	6
Strategie di comunicazione d'impresa	9
Psicologia del lavoro e delle organizzazioni	9
Organizzazione di eventi culturali e artistici o	
Filosofia delle scienze sociali e della comunicazione	6
Comunicazione visiva o Promozione d'immagine e pubblicità	6
<b>II ANNO</b>	
Comportamento organizzativo	9
Diritto amministrativo e dell'informazione nella pubblica amministrazione	9
Etica e deontologia delle professioni comunicative o Strategie della comunicazione pubblica	6
Laboratori:	6
Laboratorio di organizzazione dell'Ufficio Stampa Laboratorio di organizzazione dell'URP Laboratorio di strategic and media planning Laboratorio di copywriting e direzione artistica Laboratorio di web management Laboratorio di scrittura per il web Laboratorio di giornalismo politico Laboratorio di informazione televisiva e servizi al cittadino	
Esami a scelta dello studente	8
Tirocinio	6
Prova finale	16

- Un credito equivale a 25 ore complessive di lavoro dello studente (lezioni, seminari, laboratori, studio individuale)