

Regolamento didattico del Corso di studio in Management e comunicazione di Impresa – A.A. 2012/2013

Art. 1. Denominazione del Corso di studio

È istituito presso la Facoltà di Scienze della comunicazione il Corso di studio in Management e comunicazione di impresa, appartenente alla Classe LM/59 delle lauree magistrali in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità e si articola in due curricula *Economia dell'innovazione e green economy* e *Pubblicità e Marketing*.

Art. 2. Requisiti per l'ammissione

1. Il Corso di studio in Management e comunicazione di impresa è istituito senza limitazioni di accesso che non siano quelle stabilite dalla legge. Per iscriversi al Corso di studio in Management e comunicazione di impresa, occorre essere in possesso della laurea o del diploma universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.
2. E' necessario inoltre il possesso di un'adeguata preparazione iniziale consistente in una conoscenza di base della lingua inglese e dell'informatica, oltre che un'adeguata cultura generale e una sufficiente conoscenza del mondo, in particolare, delle realtà economico-produttive. E' richiesto anche un adeguato livello di competenze logiche e matematiche, di analisi, comprensione e produzione di testi orali e scritti, di automatizzare processi, risolvere problemi nuovi, *skills* sociali e comunicativi.
3. E' prevista una valutazione del curriculum ed un eventuale colloquio, finalizzata a valutare la loro preparazione iniziale. Per gli studenti provenienti da corsi di laurea triennale dell'Ateneo in classe L/18, L/20 e L/33 ex DM 270 ovvero le equivalenti classi ex DM 509, la valutazione non è necessaria.
4. Conformemente all'art. 31 del Regolamento didattico di Ateneo, al Corso di studio in Management e comunicazione di impresa è consentito iscriversi come studente part-time. Lo studente part-time svolge le attività didattiche e consegue i crediti di ciascun anno accademico al massimo in due anni. Il Consiglio del Corso di studio, sentita la Commissione didattica paritetica, approva il piano di studio dello studente parttime, con l'indicazione del numero di crediti annui.
5. L'iscrizione al corso di laurea in Management e comunicazione di impresa è incompatibile con l'iscrizione ad altro corso di laurea universitario.

Art. 3. Obiettivi formativi per ciascuna attività formativa

1. Il Corso di Laurea Magistrale in Management e comunicazione di impresa mira a formare manager della comunicazione, in grado di gestire in ottica integrata la comunicazione aziendale nelle sue varie componenti: interna, esterna, promozionale, pubblicitaria, sociale e istituzionale.
2. I laureati magistrali in Management e comunicazione di impresa devono possedere le conoscenze (economiche, psicologiche, sociologiche, tecnologiche, giuridiche, gestionali) necessarie a muoversi agevolmente nel mondo aziendale, interfacciandosi con i vari ambiti professionali che vi figurano e favorendo il dialogo tra le diverse subculture professionali.
3. Devono avere familiarità con gli strumenti di comunicazione adoperati in azienda, dai sistemi informatici agli *house organ*, alle riunioni e alle altre modalità usuali e in qualche caso devono padroneggiarli.
4. Il corso mira anche a sviluppare *skills* personali essenziali per gestire la comunicazione dentro l'organizzazione e all'esterno: abilità di diagnosi organizzativa, di pianificazione, di decisione, di coinvolgimento e leadership, di persuasione e negoziazione.
5. Dal laureato si richiede anche che conversi fluentemente in inglese con buona padronanza del linguaggio economico aziendale e che abbia elevate competenze informatiche, in particolare in vista degli usi aziendali delle tecnologie di comunicazione.
6. In linea con raccomandazione del Parlamento europeo per l'adozione di un quadro unico di riferimento per le qualifiche europee nel riguardo dei titoli universitari, il Corso di Laurea Magistrale in Management e comunicazione di impresa individua le competenze disciplinari e le abilità pratiche da conseguire, così come definite nel documento *EQF (European Qualifications Framework –Quadro Europeo delle Qualifiche)* il quale stabilisce, attraverso la definizione di un preciso *framework*, i risultati di apprendimento attesi. I risultati di apprendimento sono espressi quindi tramite i descrittori di Dublino, come segue:
 - a) Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and under-standing*). Il laureato deve possedere le conoscenze necessarie a comprendere la vita aziendale nei suoi vari aspetti, afferrando non solo i processi economici e di produzione, ma anche le dinamiche psicosociali dell'organizzazione e le dinamiche

dell'interazione organizzazione-ambiente. Deve aver chiaro anche il ruolo della comunicazione e dei sistemi di comunicazione nel complesso dei processi aziendali ed essere in grado di afferrare come la comunicazione interviene a orientarli e condizionarli.

b) Capacità di applicare conoscenza e comprensione (*applying knowledge and understanding*). Il laureato deve essere in grado di utilizzare concetti, schemi e modelli appresi per diagnosticare problemi organizzativi e di rapporto organizzazione-ambiente e per ideare strategie di soluzione.

c) Autonomia di giudizio (*Making judgements*). Il laureato deve essere in grado di orientarsi nelle dinamiche interne ed esterne dell'organizzazione, cogliendone la complessità, mostrando la capacità di ricostruire le catene di eventi e le interazioni tra fattori all'origine dei fenomeni. Deve essere in grado anche di trovare per i problemi di gestione della comunicazione aziendale soluzioni che siano sagge: basate sul funzionamento reale del mondo, elaborate in modo da anticipare i possibili sviluppi degli eventi, adottate anche in assenza di certezza, capaci di contemperare senso morale e pragmatismo, tali da tenere sotto controllo i conflitti, autenticamente responsabili.

d) Abilità comunicative (*communication skills*). I laureati devono essere in grado di comunicare efficacemente dosando adeguatamente il livello di *miscommunication* e di *confidence*. Devono imparare a gestire convenientemente il sé nelle diverse situazioni e a esercitare una gestione attiva della comunicazione, cioè a tenerla sotto monitoraggio e a orientarla operando non solo sui contenuti, ma anche sui *frames*, sulle chiavi interpretative degli eventi comunicativi.

e) Capacità di apprendere (*learning skills*). Il laureato dovrà essere capace di trarre dalle esperienze negli ambienti aziendali stimoli per sviluppare considerevolmente le proprie competenze. Per questo è necessario che sviluppi durante il corso spiccate capacità di astrazione e ragionamento, di codifica dei discorsi, di selezione delle informazioni, di estrazione di schemi, di lettura delle situazioni, di decentramento, di *problem solving* e di *transfer of skills*. Queste abilità, specie quelle di *transfer of skills*, sono nel quadro della formazione in questione particolarmente rilevanti, dato che il curriculum accademico per quanto ben costruito non può fornire tutta la preparazione che occorre nella futura attività di gestione della comunicazione aziendale.

7. Sinteticamente gli obiettivi formativi specifici devono essere così definiti:

I laureati magistrali in Management e comunicazione di impresa devono possedere le conoscenze (economiche, psicologiche, sociologiche, tecnologiche, giuridiche, gestionali) necessarie a muoversi agevolmente nel mondo aziendale, interfacciandosi con i vari ambiti professionali che vi figurano, come quelli della sostenibilità etico-ambientale, del marketing e della pubblicità, e favorendo il dialogo tra le diverse subculture professionali.

Devono avere familiarità con gli strumenti di comunicazione adoperati in azienda, dai sistemi informatici agli house organ, alle riunioni e alle altre modalità usuali e in qualche caso devono padroneggiarli.

Il corso mira anche a sviluppare skill personali essenziali per gestire la comunicazione dentro l'organizzazione e all'esterno: abilità di diagnosi organizzativa, di pianificazione, di decisione, di coinvolgimento e leadership, di persuasione e negoziazione.

Art. 4. Elenco delle attività formative

In conformità con l'Ordinamento didattico approvato, il Corso di studio in Management e comunicazione di impresa prevede specifiche attività formative comprendenti insegnamenti articolati secondo l'allegato B al presente documento.

Art. 5. Calendario e tipologia delle attività didattiche

1. Le attività didattiche del Corso di studio in Management e comunicazione di impresa si svolgono, secondo quanto disposto dal Regolamento di Facoltà, per semestri in base ad un calendario approvato annualmente dalla Facoltà.

2. Le attività didattiche del Corso di studio in Management e comunicazione di impresa è composta sia da lezioni frontali sia da didattica interattiva, con discussioni e esercitazioni su *case study* e *project work*. La formazione è completata da testimonianze aziendali, esperienze di tirocinio e conversazioni o attività formative in lingua che preparano ad un'ideoneità di inglese da conseguirsi prima di ultimare il percorso formativo. Possono inoltre essere previste attività di ricerca a supporto delle attività formative che caratterizzano il profilo del corso di studio.

3. Il Corso di studio in Management e comunicazione di impresa è strutturato con la previsione di attività complementari a quelle curriculari che possano consentire la certificazione di abilità linguistiche, informatiche e attitudinali.

4. Gli insegnamenti possono essere articolati in moduli. I moduli didattici che compongono gli insegnamenti

si svolgono in successione all'interno del calendario semestrale e possono essere svolti anche in forma integrata da più docenti.

5. Ciascun credito formativo (CFU) corrisponde a 25 ore di attività formativa, articolata in 6 ore di didattica frontale per ciascun CFU.

6. La quantità media di impegno complessivo di apprendimento svolto in un anno dallo studente a tempo pieno è convenzionalmente fissata di norma in 60 CFU e non potrà essere comunque inferiore a 55 CFU.

7. Previa delibera del Consiglio di Facoltà, il corso di laurea in Management e comunicazione di impresa può mutuare da altro corso di laurea, sia interi moduli d'insegnamento, sia parte di essi, precisando, in questo ultimo caso, il corrispondente valore in CFU.

Art. 6. Riconoscimento di crediti formativi universitari

1. Come da Nota 1063 del 29/04/2011, si possono riconoscere come CFU in misura non superiore a 12 crediti, considerando conoscenze e abilità professionali certificate e rilevanti per il corso di studio.

2. Si possono anche riconoscere CFU per altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post secondario alla cui progettazione e realizzazione l'Ateneo o altre istituzioni universitarie riconosciute abbiano concorso, come da Regolamento per il Riconoscimento dei CFU di questo Ateneo.

Criteri di riconoscimento dei crediti:

- per conoscenze e abilità professionali certificate nell'ambito delle attività a scelta dello studente in ragione massima di 25 ore di impegno certificato per singolo CFU;

- per le certificazioni informatiche: 12 CFU per EUCIP e certificazioni equivalenti;

- Stage e tirocini secondo i parametri stabiliti dal Cds per tali attività inserite nei piani di studio.

- Per le certificazioni linguistiche:

Per il corso di laurea magistrale il livello d'ingresso è il threshold, B1, che corrisponde al livello "soglia" ad una conoscenza elementare della lingua. Il livello di conoscenza della lingua inglese richiesto alla fine dei corsi corrisponde al livello intermedio (vantage – B2) nella valutazione linguistica del Consiglio d'Europa.

Saranno riconosciute, previo colloquio e a sostituzione della prova scritta, le seguenti certificazioni Internazionali e certificazioni equivalenti:

- UCLES (University of Cambridge Local Examinations Syndicate): FCE (*First Certificate in English*)

- UCLES (University of Cambridge Local Examinations Syndicate): BEC (*Business English Certificate*)

- Trinity College of London: gradi 8 e 9, ISE (*Integrated Skills Examinations*);

- IELTS (International English Language Testing Service).

Art. 7. Attività ad autonoma scelta dello studente

Come espressamente previsto dall'art. 10 co. 5 a) del DM 270/04, le attività formative a scelta dello studente possono essere rappresentate da corsi di insegnamento di qualunque corso di studio dell'Ateneo, purché coerenti con il percorso formativo dello studente.

Art. 8. Manifesto degli Studi

Il Consiglio del Corso approva il Manifesto di Studi, specificando quanto segue:

a) indicazione delle conoscenze richieste per l'accesso;

b) insegnamenti attivati, scansione temporale, e obiettivi formativi degli stessi;

c) propedeuticità e conoscenze culturali richieste;

d) eventuali obblighi di frequenza;

e) CFU assegnati a ogni insegnamento e a ogni altra attività finalizzata al conseguimento della laurea in Management e comunicazione di impresa.

f) la previsione della figura dello 'studente part-time', con le relative modalità del percorso formativo.

Art. 9. Stage, tirocinio e periodi di studio all'estero

1. Durante la propria carriera universitaria, lo studente del Corso di studio in Management e Comunicazione d'impresa dovrà partecipare ad attività di stage e di tirocinio presso enti pubblici e privati convenzionati con l'Ateneo e/o direttamente con la Facoltà oppure ad altra attività formativa, quali frequenza a workshop e seminari, debitamente certificati.

Per tale periodo di stage, di durata non superiore a dodici mesi, saranno riconosciuti 4 CFU, per almeno 100 ore di impegno documentato tramite registro delle presenze e relazione finale.

I Crediti formativi saranno registrati sul profilo dello studente, dal Manager didattico di Facoltà, soltanto al raggiungimento del totale dei crediti formativi previsti.

2. Lo studente potrà altresì acquisire presso un'Università straniera fino a 60 CFU relativi ad attività previste del Piano di studio, purché il progetto rientri in una convenzione o un programma di cooperazione universitaria, e sia stata ottenuta la preventiva approvazione da parte del Consiglio di Facoltà, sentito il Consiglio del Corso. Il riconoscimento in termini di CFU di dette attività è subordinato al superamento dell'esame previsto nel Piano di studio approvato dal Consiglio di Facoltà.

Art. 10. Frequenza ed esami

1. La frequenza alle lezioni non è obbligatoria, sino a diversa delibera del Consiglio di Facoltà.
2. I CFU attribuiti alle singole attività didattiche del Corso di studio in Management e comunicazione di impresa vengono acquisiti dallo studente con il superamento della relativa prova d'esame. La prova può essere scritta, orale o pratica: in ogni caso va assicurata adeguata pubblicità alla prova.
3. Per ogni modulo didattico sono previsti n. 7 appelli ordinari la cui data va pubblicizzata almeno 30 giorni prima dell'inizio dell'appello. Nella stessa sessione, tra due successivi appelli d'esame di uno stesso insegnamento devono intercorrere almeno 10 giorni. La prenotazione all'esame è obbligatoria e va effettuata fino a 2 giorni prima della data fissata per ciascun appello (compresi i giorni festivi, con esclusione del giorno dell'appello).
4. Lo studente che segue più moduli in successione dello stesso insegnamento svolge una sola prova finale nei normali appelli di esame, alla presenza di tutti i docenti che compongono la Commissione.
5. Lo studente che non abbia conseguito almeno un terzo dei CFU previsti per ciascun anno di corso può iscriversi come 'studente part-time' nel successivo anno di corso.

Art. 11. Propedeuticità

Nel Corso non sono previste propedeuticità.

Art. 12. Prova finale e commissione di laurea

1. In ottemperanza alle disposizioni dell'art. 26 del Regolamento didattico di Ateneo, la prova finale per il conseguimento della laurea in Management e comunicazione di impresa consiste nella discussione di fronte ad una commissione di un elaborato scritto, anche a carattere multimediale, riguardante un argomento relativo ad una delle discipline previste dal Corso, e comporta l'acquisizione di 18 CFU.
2. Per essere ammesso alla prova finale lo studente deve aver conseguito tutti i CFU nelle attività formative ed idoneità previste dal piano di studi.
3. Lo studente che consegna un lavoro scritto non redatto di proprio pugno o in cui descrive come propri i risultati di lavori o gli esiti di ricerche di terzi commette plagio. Ogni parte di testo tratta da altra fonte deve essere, infatti, corredata con la citazione precisa di detta fonte. La citazione diretta o indiretta di lavori, pubblicazioni o risultati altrui (ad esempio la citazione da libri, articoli, pagine e siti Web, tesi o tesine di altri studenti, materiali forniti dai docenti) che non permetta – attraverso gli opportuni riferimenti – di riconoscerne, identificarne e verificarne la fonte, costituisce una violazione grave dei valori e degli standard dell'istituzione universitaria.
4. L'elaborato deve essere inerente ad una delle tematiche specifiche del percorso formativo, deve essere preparato con la guida e la supervisione di un docente, deve rappresentare il resoconto di un momento di approfondimento individuale da attuarsi mediante una delle seguenti attività da parte dello studente.
 - a) Attività di ricerca empirica, attraverso cui lo studente ha la possibilità di acquisire ulteriori abilità tecniche, e/o di mettere a punto particolari metodi e procedure di indagine, e/o di sviluppare un piccolo progetto di ricerca.
 - b) Project work legato a stage presso una Azienda o un Ente che abbia stipulato una Convenzione con l'Ateneo, svolto sotto la responsabilità didattica-organizzativa di un supervisore universitario. Lo stage rappresenta una esperienza formativa attraverso cui lo studente, oltre a maturare i necessari CFU per il proprio percorso formativo, può maturare una esperienza professionale nel mondo del lavoro e acquisire specifiche competenze professionali; può conoscere direttamente il mondo del lavoro risultando pertanto agevolato nelle proprie scelte professionali; può farsi conoscere nel mondo del lavoro e arricchire il proprio *curriculum vitae*.

c) Indagini di approfondimento teorico con disamina della letteratura e/o analisi di casi e formulazione di quesiti e ipotesi di ricerca e/o operativi con carattere originale.

5. Lo studente dispone di 18 CFU per la preparazione dell'elaborato scritto e per la sua esposizione. Tali CFU vengono acquisiti nel momento in cui lo studente, a seguito di una soddisfacente presentazione e discussione dell'elaborato, supera la prova finale ottenendo l'approvazione del lavoro svolto da parte della Commissione di Laurea, la quale attribuisce il voto di Laurea finale.

6. Al momento della prova finale, prima di iniziare la dissertazione dell'elaborato, ogni candidato viene presentato alla commissione dal Relatore che mette in luce sia l'impegno temporale speso dallo studente per lo svolgimento e la stesura dell'elaborato, sia la qualità dell'attività svolta correlata all'autonomia di lavoro e al contributo personale dimostrati, alle abilità e alle competenze acquisite, alle capacità relazionali sviluppate. Il candidato espone il proprio elaborato mettendo in evidenza la finalità del lavoro svolto, le procedure utilizzate, i risultati ottenuti e le capacità acquisite; l'elaborato può essere scritto in lingua inglese e nella stessa lingua può essere sostenuta la prova finale. In ogni caso l'elaborato deve contenere un sommario (*abstract*) in lingua inglese.

7. Al fine di conferire il voto di laurea, espresso in centodecimi, la commissione aggiunge alla media convertita in centodecimi (calcolata dai voti ottenuti nelle attività formative valutate in trentesimi) la votazione dell'esame di Laurea assegnata al candidato, di norma, fino ad un massimo di 10 punti, tenendo in considerazione i seguenti aspetti dimostrati durante l'esposizione dell'elaborato:

- a) chiarezza e padronanza dell'argomento;
- b) capacità di sostenere una discussione dell'elaborato, dimostrando di possedere sia una conoscenza specifica dell'ambito affrontato nell'elaborato sia nelle materie che del corso di studio attinenti.

La commissione deve inoltre tenere conto del:

- a) giudizio preliminarmente espresso dal Relatore sull'impegno mostrato dallo studente nella preparazione e nella stesura dell'elaborato;
- b) giudizio espresso dal Correlatore.
- c) tempo investito nella preparazione e nella stesura dell'elaborato;
- d) qualità dell'intera carriera dello studente (tempi di acquisizione dei CFU; eventuali esperienze formative sostenute fuori sede).

6. Qualora dopo avere valutato tutti gli aspetti sopraelencati il voto risulti maggiore di centodieci, la Commissione, purché unanime, può conferire la lode.

Art. 13. Trasferimento da altri corsi di studio

1. Il Consiglio del Corso determina i criteri per il riconoscimento dei CFU in caso di trasferimento da altro corso di studio.

- a) Congruenza con i settori scientifici disciplinari o loro affini;
- b) Comparazione del numero di CFU con computo di eventuali crediti di recupero;
- c) Comparazione con i programmi, in caso di trasferimenti da lauree di vecchio ordinamento.

2. Le domande di trasferimento al corso di laurea in Management e comunicazione di impresa sono esaminate dal Consiglio di Facoltà, sentito il parere del Consiglio del Corso, entro 30 giorni dalla presentazione delle domanda.

Art. 14. Orientamento e tutorato

1. La responsabilità delle attività di orientamento e tutorato del Corso di studio è del Consiglio di Corso.

2. All'atto dell'iscrizione ogni studente viene assegnato ad un docente tutore individuale, che lo segue durante tutta la sua carriera universitaria. In casi particolari, lo studente può richiedere al Presidente del Corso di essere assegnato ad un diverso docente-tutore.

Art. 15 Consiglio del Corso

1. In ottemperanza dell'art. 6 del Regolamento didattico di Ateneo, il Consiglio di Corso, è composto da tutti i docenti degli insegnamenti impartiti esclusi quelli per mutuo e da una rappresentanza degli studenti, secondo le proporzioni e le prerogative previste dalla normativa vigente.

2. Il Consiglio di Corso, nei limiti degli indirizzi generali fissati dal Senato Accademico e di quelli di coordinamento della programmazione fissati dal Consiglio di Facoltà, esercita le attribuzioni inerenti il funzionamento del corso stesso. In particolare delibera:

- a) le attività formative;
- b) la programmazione e la gestione della didattica rispetto agli obiettivi formativi, nei limiti delle

risorse disponibili;

c) le tipologie delle forme didattiche e delle prove di valutazione della preparazione degli studenti e gli eventuali obblighi di frequenza.

3. Per i corsi di studio che si svolgono con il concorso di altri Atenei, la convenzione istitutiva individua la composizione del Consiglio di corso e le modalità organizzative.

4. I Consigli dei corsi di studio sono coordinati da un Presidente che assume la responsabilità del corso insieme al Preside di Facoltà.

Art. 16. Commissione didattica paritetica

1. La Commissione didattica paritetica è composta di 4 membri, con rappresentanza paritetica di docenti e studenti, ed è nominata con delibera del Consiglio di Facoltà. La Commissione elegge al suo interno un Presidente, tra i docenti che ne fanno parte.

2. Ai sensi dell'art. 34 del Regolamento didattico di Ateneo, la Commissione didattica paritetica esprime il proprio parere circa la coerenza tra i CFU assegnati alle attività formative e i loro specifici obiettivi formativi prima della delibera delle competenti strutture didattiche.

3. È compito della Commissione didattica paritetica collaborare con il Preside di Facoltà allo scopo di monitorare il regolare svolgimento dell'attività didattica — in particolare per quanto attiene al rispetto degli obblighi didattici dei docenti, la regolarità delle lezioni e degli esami, l'osservanza dei relativi orari, compresi quelli di ricevimento, di assistenza e di tutorato.

4. La Commissione didattica paritetica assicura un'equilibrata regolamentazione del calendario didattico e degli orari delle singole attività, evitando che si determinino situazioni di squilibrio all'interno dei semestri e di sovrapposizione tra i singoli moduli didattici.

5. Singoli docenti e studenti possono sottoporre alla Commissione didattica paritetica questioni attinenti alla didattica. La Commissione didattica paritetica è tenuta ad esaminare e deliberare sulle eventuali disfunzioni della didattica segnalate da studenti e docenti.

6. Alla Commissione didattica paritetica spetta anche la valutazione della qualità dell'offerta formativa, attraverso la rielaborazione dei dati relativi al corso di studio, assumendo eventuali iniziative correttive delle disfunzioni riscontrate.

Art. 17. Norme transitorie e finali

1. Modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Consiglio di Corso ed approvate dal Consiglio di Facoltà.

2. Per quanto non previsto dal presente Regolamento didattico si rinvia al Regolamento didattico di Ateneo.

Allegato (Art 4. Elenco delle attività formative)

Curriculum in Economia dell’Innovazione e Green economy

INSEGNAMENTI	CFU	ATTIVITA’	AMBITO DISCIPLINARE	SSD	NOME DOCENTE	RUOLO
I ANNO						
Green economy management	12	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Manuel De Nicola	RIC
Elementi di statistica economica	6	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-S/03	Contratto	----
Psicologia della comunicazione d'impresa	12	Affine		M-PSI/01	Parisio Di Giovanni	PA
Sociologia economica e dell'organizzazione	12	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/09	Luigi Burroni	PO
				SPS/10		
Comunicazione di impresa e organizzazione eventi	12	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Luciano D’Amico	PO
		Affine		L-ART/06	Contratto	----
Insegnamenti a scelta	8	A scelta dello studente				
II ANNO						
Comunicazione scientifica, reti ed innovazione	12	Caratterizzante	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	INF/01	Luca Tallini	PO
					Raffaele Mascella	RIC
Economia e politiche economiche nei mercati globali	12	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/02	Giovanni Di Bartolomeo	PA
					Contratto	----
Management dell'innovazione	6	Caratterizzante	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	INF/01	Luca Tallini	PO
Diritto internazionale ed	6	Affine		IUS/13	Contratto	----

europeo dell'ambiente						
Idoneità di lingua inglese (avanz.)	6	Ulteriori attività formative			Centro Linguistico di Ateneo	
Stage e altre attività formative	4					
Prova finale	18					

Curriculum in Pubblicità e Marketing

INSEGNAMENTI	CFU	ATTIVITA'	AMBITO DISCIPLINARE	SSD	NOME DOCENTE	RUOLO
I ANNO						
Marketing e Management aziendale	12	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Manuel De Nicola	RIC
Elementi di statistica economica	6	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-S/03	Contratto	----
Marketing territoriale	6	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/10	Luigi Burroni	PA
Programmazione e scrittura web	12	Caratterizzante	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	INF/01	Luca Tallini	PO
Comunicazione di impresa e organizzazione eventi	12	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Luciano D'Amico	PO
		Affine		L-ART/06	Contratto	----
Insegnamenti a scelta	8	A scelta dello studente				

II ANNO						
Economia e politiche economiche nei mercati globali	12	Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/02	Giovanni Di Bartolomeo	PA
					Contratto	----
Semiotica e pubblicità	6	Caratterizzante	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	M-FIL/05	Stefano Traini	RIC
Diritto del commercio internazionale	6	Affine		IUS/13	Contratto	----
Creatività e produzione culturale	12	Affine		L-ART/02	Raffaella Morselli	PO
				L-ART/07	Paola Besutti	PA
Idoneità di lingua inglese (avanz.)	6	Ulteriori attività formative			Centro Linguistico di Ateneo	
Stage e altre attività formative	4					
Prova finale	18					