



A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE POLITICHE

<http://scipolorienta.unipg.it/>

Corso di Laurea in Comunicazione pubblica, digitale e d'impresa

Laurea Magistrale

3 motivi per iscriversi

1

Il 75% dei nostri studenti o studentesse lavora a 3 anni dalla laurea

2

Laboratori professionalizzanti con persone esperte del settore

3

Puoi scegliere tra 2 curricula che coprono tutti gli ambiti della comunicazione

Obiettivi Formativi



Il corso di **laurea magistrale in Comunicazione pubblica, digitale e d'impresa** fornisce una preparazione seria all'interno della società dell'informazione, una formazione scientificamente fondata e con un respiro internazionale sui temi e sulle tecniche della comunicazione, pubblica ed imprenditoriale.

Per consentire agli studenti ed alle studentesse il percorso più indicato alle proprie aspirazioni e prospettive lavorative, il corso si divide in **2 curricula** differenti:

1. Media Digitali, percorso che mira a formare persone esperte nella progettazione e gestione dei media digitali (inclusi i social network), dei

relativi strumenti di analisi, sistemi di linguaggio e regolamentazioni giuridiche.

2. Comunicazione d'Impresa, percorso che mira a formare professionisti e professioniste che operano nel campo della comunicazione presso organizzazioni complesse di carattere pubblico e privato prevalentemente di tipo imprenditoriale.

In entrambi i curricula, viene fornita a studenti e studentesse una formazione di base, relativa alla **comunicazione pubblica e politica**.

Ambiti occupazionali

I due curricula del **corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica, digitale e d'impresa** forniscono una preparazione adeguata e professionalizzante, che rende i nostri laureati o laureate in grado di gestire al meglio i processi di innovazione nel campo della comunicazione e facilitare il loro ingresso nel mondo del lavoro.

Gli **sbocchi professionali** sono differenti a seconda del percorso scelto:

- Le persone laureate in **Media Digitali** potranno trovare occupazione in **imprese ed organizzazioni imprenditoriali**, nella **pubblica amministrazione** ed in **organizzazioni politiche**, nelle **associazioni o imprese del terzo settore**, dove si

occuperanno, sotto diversi profili, della progettazione e della gestione concreta dei canali di comunicazione in ambiente digitale. Potranno altresì dare avvio ad attività individuali di consulenza e supporto nei confronti di organizzazioni complesse degli stessi settori.

- Le persone laureate in **Comunicazione d'impresa** potranno trovare occupazione in **imprese ed organizzazioni imprenditoriali**, nella **pubblica amministrazione** e in **organizzazioni politiche**, dove si occuperanno delle **attività di comunicazione**, così come di consulenza e supporto per la pianificazione di strategie di comunicazione all'interno di organizzazioni complesse.

Occupabilità di laureati e laureate

A **1 anno** dal conseguimento del titolo di laurea il **60,9%** delle persone laureate **ha trovato un impiego**, percentuale che sale al **81,8%** a **5 anni** dal conseguimento del titolo (fonte Almalaurea – Indagine 2021)

Chi sono i tuoi docenti

Docenti del dipartimento spiccano nello scenario scientifico, sono presenti nel dibattito pubblico, ricoprono **incarichi di rilievo**. In particolare, tra loro troviamo attualmente:

- **direttori e direttrici di importanti riviste scientifiche (ad esempio, la “Rivista di politica” o gli “Studi di Teoria sociale” o “Etica pubblica”);**
- **editorialisti ed editorialiste per quotidiani (come il Corriere della Sera) e televisioni nazionali (Rai, La7);**
- **responsabili di ricerche nazionali ed europee, spesso di taglio interdisciplinare;**
- **titolari di cattedre e borse europee ed internazionali (ad esempio la cattedra “Jean Monnet” di diritto europeo);**
- **esperti ed esperte di autorità nazionali (ad esempio l’Autorità anticorruzione) e**

“saggi” di nomina istituzionale per le riforme istituzionali;

- **editor di collane e volumi internazionali;**
- **visiting professor in importanti università straniere;**
- **componenti di comitati di organismi internazionali (come il comitato per la Politica dello Sviluppo delle Nazioni Unite);**
- **esperti ed esperte coinvolti in politiche di riforma di paesi UE ed extraUE o nello sviluppo di politiche internazionali (ad esempio per i diritti delle persone rifugiate).**

I corsi di laurea in Scienze della Comunicazione di Perugia negli anni sono cresciuti grazie agli studi e alle ricerche del **prof. Paolo Mancini**, il terzo studioso al mondo più citato nel campo della **“comparative communication”**.

Laboratori, seminari e momenti di approfondimento



Oltre all'attività curriculare, sono attivi diversi **laboratori professionalizzanti** tenuti da professionisti esterni, come quelli di “**Video Making**”, “**Fundraising e crowdfunding**”, “**Il contenuto della comunicazione al tempo dei social network**” e “**Social media management**”. Il fine è quello di creare un ponte fra le aule universitarie e il mondo del lavoro, in ambiti come la **promozione del turismo online**, il **video-making**, la **comunicazione nel campo della moda**, l'**organizzazione di campagne elettorali**.

Il corso di laurea offre diverse opportunità di approfondimento e discussione, attraverso l'organizzazione di **seminari con esperti e professionisti che operano nei diversi settori della comunicazione**.

Degno di nota, il coinvolgimento del Dipartimento all'interno della **Scuola di Giornalismo di Perugia** grazie alla collaborazione con i professori **Dario Biocca**, membro del Comitato scientifico della Scuola di giornalismo e **Marco Mazzoni**, Coordinatore didattico della scuola.

Infine, diversi docenti hanno rapporti di collaborazione con colleghi di università straniere e sono coinvolti in **progetti di ricerca internazionali**, che hanno importanti ricadute sull'attività didattica impartita dal nostro Istituto.

Modalità di accesso

L'accesso al corso di studio è subordinato alla verifica del possesso dei requisiti curricolari e della preparazione personale.

Per quanto riguarda i **requisiti curricolari**, le conoscenze necessarie per l'accesso al Corso di Laurea Magistrale si conseguono di norma attraverso le lauree di primo livello nelle seguenti classi di laurea o lauree ad esse equiparate:

- **L-20** (Lauree in Scienze della Comunicazione);
 - **L-36** (Lauree in Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali).
- È consentito l'accesso anche con **laurea di primo livello conseguita in altre classi** previa **verifica** della congruità dei **crediti conseguiti**.

Per quanto riguarda la **preparazione personale**, possiedono i requisiti necessari coloro che abbiano conseguito la laurea triennale con **una votazione pari o superiore a 90/110**. Nel caso la votazione conseguita sia inferiore, per l'accesso al corso è richiesto il superamento di una prova di verifica della preparazione personale ad inizio Anno Accademico.

Stage e tirocini

Grazie ad una serie di rapporti di **collaborazione con istituzioni pubbliche e private, profit e non profit**, su tutto il territorio nazionale sono stati attivati centinaia di stage con aziende di primo piano locali e nazionali, per permettere a studenti e studentesse di venire a contatto con **professionisti ed esperti del mondo delle comunicazioni**.

Infine, grazie al premio di laurea Cucinelli, una delle persone laureate verrà selezionata per uno **stage retribuito di 6 mesi** presso la Brunello Cucinelli S.p.A.

Offerta formativa

Curriculum: MEDIA DIGITALI

| INSEGNAMENTO | ANNO | CFU |
|--|------|-----|
| DATA ANALYSIS PER LA COMUNICAZIONE | 1 | 9 |
| DIRITTO DEI MEDIA DIGITALI | 1 | 6 |
| LOBBYING E RELAZIONI PUBBLICHE | 1 | 9 |
| PSICOLOGIA DEI MEDIA DIGITALI | 1 | 9 |
| SISTEMI MEDIALI E POLITICI NELL'ERA DIGITALE | 1 | 9 |
| SOCIOLOGIA DEL LINGUAGGIO | 1 | 6 |
| STRUMENTI PER IL WEB E DATA MANAGEMENT | 1 | 9 |
| SOCIAL MEDIA MANAGEMENT | 2 | 6 |
| STRATEGIE DI COMUNICAZIONE IN RETE | 2 | 6 |
| INSEGNAMENTI A SCELTA | 2 | 12 |
| SEMINARI INTERDISCIPLINARI | 2 | 3 |
| LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE | 2 | 6 |
| STAGE ESTERNO | 2 | 9 |
| TESI | 2 | 21 |

Curriculum: COMUNICAZIONE D'IMPRESA

| INSEGNAMENTO | ANNO | CFU |
|--|------|-----|
| COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E TUTELA DEI CONSUMATORI | 1 | 6 |
| DATA ANALYSIS PER LA COMUNICAZIONE | 1 | 9 |
| LOBBYING E RELAZIONI PUBBLICHE | 1 | 9 |
| SISTEMI MEDIALI E POLITICI NELL'ERA DIGITALE | 1 | 9 |
| SOCIOLOGIA DEL LINGUAGGIO | 1 | 6 |
| SVILUPPO E BRANDING TERRITORIALE | 1 | 6 |
| PUBBLICITÀ E STORY TELLING | 1 | 9 |
| SOCIAL MEDIA MANAGEMENT | 2 | 6 |
| STRATEGIE DI COMUNICAZIONE AZIENDALE | 2 | 9 |
| INSEGNAMENTI A SCELTA | 2 | 12 |
| LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE | 2 | 6 |
| SEMINARI INTERDISCIPLINARI | 2 | 3 |
| STAGE ESTERNO | 2 | 9 |
| TESI | 2 | 21 |

CONTATTACI!

HAI BISOGNO DI APPROFONDIMENTI SUL CORSO?

Coordinatore del corso:
Prof. Marco Mazzone
marco.mazzoni@unipg.it

HAI BISOGNO DI INFORMAZIONI AMMINISTRATIVE?

Segreteria didattica
Dott.ssa Rita Cecchetti
segr-didattica.scienzepolitiche@unipg.it