



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E INTERNAZIONALI

Scuola di
Scienze della Comunicazione



CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN

COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI

LM-59 classe delle lauree magistrali in scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Obiettivi formativi

Un corso di laurea per chi vede il suo futuro nella comunicazione e nella pubblicità. Per chi vuole affinare la sua sensibilità verso la società contemporanea e le sue immagini, acquisire competenze avanzate sulla creatività e sul mondo della comunicazione e dei consumi, in ambito manageriale e organizzativo.

Il corso permette di acquisire competenze comunicative e manageriali avanzate in relazione alle strategie e tecniche di comunicazione con particolare attenzione alle nuove forme di contaminazione tra produzione e consumo, alla nuova stagione dei social media e alle forme più innovative di marketing e comunicazione.

Prospettive occupazionali

Le laureate e i laureati magistrali in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni possiedono abilità e competenze manageriali, organizzative e gestionali che consentono di esercitare funzioni di elevata responsabilità nell'ambito del management comunicativo e creativo all'interno di imprese, enti e agenzie pubblicitarie. Le principali figure di riferimento sono copywriter, account, esperta/o media, responsabile della comunicazione o comunicatore pubblico, specialista della comunicazione istituzionale, social media manager, digital strategist, content editor, content manager.

Informazioni sulla struttura didattica del Corso

La laurea magistrale si propone come momento formativo teorico e pratico che affianca lezioni specialistiche a laboratori professionalizzanti e workshop tematici tenuti da esperte/i del mondo organizzativo e della pubblicità. A conclusione del percorso di studi tutte le studentesse e tutti gli studenti svolgeranno uno stage in agenzie, organizzazioni o strutture di comunicazione e pubblicità. Lo staff docente è composto sia da professoresse e professori universitari sia da professioniste/i ed esperte/i del mondo della pubblicità e della comunicazione.

Modalità di accesso

Corso ad accesso libero. Le studentesse e gli studenti devono possedere i requisiti curriculari e un'adeguata personale preparazione (VPP), secondo le modalità del Regolamento Didattico del Corso, per la cui verifica devono contattare la Commissione didattica prima dell'iscrizione.

Lo sai che...

La frequenza è obbligatoria per i 3/4 delle ore di lezione dei corsi laboratoriali e per il 50% delle ore di lezione dei corsi non laboratoriali. Solo le iscritte e gli iscritti al percorso part time sono esonerate/i dall'obbligo di frequenza dei corsi non laboratoriali e possono sostenere esami da non frequentanti.

Presso il corso di studio è attiva la COLONIA della comunicazione, laboratorio-agenzia permanente coordinato da professioniste/i che collaborano con il corso di laurea che consente a studentesse e studenti di partecipare a contest, bandi, concorsi e gare per la realizzazione di campagne pubblicitarie e di comunicazione che andranno a costituire il book professionale di studentesse e studenti magistrali.

Informazioni Docenti/Tutor di riferimento

Prof.ssa Gea Ducci - Referente del corso

Email gea.ducci@uniurb.it

Scuola di Scienze della comunicazione

Via Saffi, 15 - 61029 Urbino

Chiara Lelli - Giulia Raimondi

Tel. 0722 305720

Email scuola.comunicazione@uniurb.it

Referente stage e tirocini

Alberta Arosio - Tel. 0722 305790

Email alberta.ariosio@uniurb.it

Servizio di tutorato

Tel. 0722 305703

Email tutor.comunicazione@uniurb.it

Supporto immatricolazioni e gestione carriere

Consulta il sito www.uniurb.it/iscrizioni

Scopri le FAQ su www.uniurb.it/faq

Apri un ticket su helpme.uniurb.it

Contatta il numero +39 0722 303030

Link utili

www.uniurb.it/corsi/1756949

blogcpo.wordpress.com

COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI

Primo anno	SSD	CFU
Comunicazione pubblicitaria e linguaggi digitali	SPS/08	9
Linguaggi e strategie della comunicazione promozionale.....	L-ART/06	9
Sociologia dell'immaginario e culture visuali	SPS/08	9
Sociologia dei consumi	SPS/08	9
Costruire e comunicare il dato	SPS/07	6
Un insegnamento tra:		
- Laboratorio di progettazione grafica e comunicazione visiva.....	ICAR/13	6
- Laboratorio di web marketing	SPS/08	6
Due insegnamenti tra:		
- Laboratorio di computer grafica	SPS/08	6
- Laboratorio di scrittura creativa	SPS/08	6
- Linguaggi artistici	L-ART/02	6
- Marketing	SECS-P/08	6
- Storia dei consumi culturali	M-STO/04.....	6
- Un insegnamento fra quelli attivi nell'Ateneo pertinente con il percorso di studi		6
 Secondo anno		
Comunicazione sociale e istituzionale	SPS/08	8
Due insegnamenti tra:		
- Laboratorio di creatività pubblicitaria.....	SPS/08	6
- Laboratorio di social media strategy	SPS/08	6
- Marketing della cultura e del territorio	SECS-P/08	6
- Strategie di sviluppo e gestione della marca	SECS-P/08	6
Una idoneità tra:		
- Global audiovisual media industries.....		6
- Laboratorio di business english		6
Un insegnamento tra:		
- Comunicazione aziendale e internet marketing	SECS-P/08	6
- Laboratorio di creatività pubblicitaria.....	SPS/08	6
- Laboratorio di social media strategy	SPS/08	6
- Linguaggi artistici	L-ART/02	6
- Marketing della cultura e del territorio	SECS-P/08	6
- Scienza della politica	SPS/04	6
- Società e politica	SPS/04	6
- Sociosemiotica del turismo	SPS/08	6
- Strategie di sviluppo e gestione della marca	SECS-P/08	6
- Un insegnamento fra quelli attivi nell'Ateneo pertinente con il percorso di studi		6
Stage.....		8
Prova finale.....		20