



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

Il corso è rivolto a chi vede il suo futuro professionale nella comunicazione e nella pubblicità e intende acquisire competenze avanzate sulla creatività e sulla gestione dei processi della comunicazione e dei consumi in ambito manageriale e organizzativo. Il corso di studio permette di acquisire competenze comunicative e manageriali avanzate nell'ambito della comunicazione organizzativa e delle strategie e tecniche di comunicazione, con particolare attenzione alle nuove forme di relazione tra produzione e consumo, allo sviluppo delle piattaforme di social networking nell'ambito dei processi comunicativi più innovativi nelle strutture organizzative e nelle imprese pubbliche e private e di marketing. Il percorso formativo consiste in approfondimenti teorici e metodologici in aula, attività laboratoriali, collaborazioni con enti e imprese del territorio; collaborano inoltre alle attività della COLONIA della comunicazione, agenzia di comunicazione interna al corso.

Laureate e laureati svolgono funzioni di elevata responsabilità nell'ambito del management della comunicazione per la gestione aziendale, la valorizzazione delle risorse umane, l'organizzazione e la gestione di strutture per le relazioni con il pubblico, per le PR e le PR digitali, la progettazione e la realizzazione di piani di comunicazione integrata in enti pubblici, no profit e imprese, a livello nazionale e internazionale. Possiedono inoltre le competenze avanzate necessarie a concorrere a un dottorato di ricerca nelle discipline delle Scienze della comunicazione.

## Prospettive occupazionali

Laureate e 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.

Principali profili professionali previsti: copywriter, account, esperta/o media nelle agenzie pubblicitarie, social media manager, content manager e project manager nelle web agency, responsabile della comunicazione, comunicatrice e comunicatore pubblico negli uffici di comunicazione di imprese ed enti, addetta/o alle pubbliche relazioni, free lance.

## 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 è obbligatorio svolgere uno stage in agenzie, organizzazioni o strutture di comunicazione e pubblicità. Gli insegnamenti sono svolti sia da docenti universitari, sia da professionisti/i ed esperte/i del mondo della pubblicità e della comunicazione.

## Modalità di accesso

Corso ad accesso libero. Studentesse e studenti devono possedere i requisiti curricolari e un'adeguata preparazione personale (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 coloro che sono iscritte/i 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 professionisti/i che collaborano con il corso di studio. La COLONIA consente 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.

## Riferimenti per la didattica del corso

Presidente della Scuola - Prof.ssa Laura Gemini

Referente del corso - Prof.ssa Gea Ducci  
gea.ducci@uniurb.it

Segreteria didattica  
scuola.comunicazione@uniurb.it - Tel. 0722 305720

Servizio stage e tirocini  
stage.comunicazione@uniurb.it - Tel. 0722 305790

Servizio di tutorato studentesco  
tutor.comunicazione@uniurb.it

## Supporto immatricolazioni e gestione carriere

Apri un ticket, scopri le FAQ, prenota un appuntamento:  
[www.uniurb.it/segreterie](http://www.uniurb.it/segreterie)

## Iscriviti

[www.uniurb.it/corsi/1757048](http://www.uniurb.it/corsi/1757048)



# COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI

<b>Primo anno</b>	<b>SSD</b>	<b>CFU</b>
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 tra quelli attivi nell'Ateneo pertinente con il percorso di studio .....		6
<b>Secondo anno</b>		
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 tra quelli attivi nell'Ateneo pertinente con il percorso di studio .....		6
Stage .....		8
Prova finale .....		20

