

Corso di laurea magistrale in

Comunicazione pubblica e d'impresa (COM)

(Classe LM59: Scienze della comunicazione pubblica, di impresa e pubblicità)

a.a. 2022-2023

Presentazione

Questo corso intende offrire ai laureati triennali, anche provenienti da altre università, un ventaglio di possibili specializzazioni nei campi delle professioni afferenti alla classe delle Scienze della Comunicazione pubblica, di impresa e pubblicità (LM 59). Il progetto culturale alla base del corso ha l'ambizione di fornire una formazione avanzata e interdisciplinare con una forte apertura ai mondi dell'impresa in ambito nazionale e internazionale e alle attività di comunicazione nelle e delle istituzioni e organizzazioni pubbliche, sociali e politiche.

Obiettivi formativi

Il percorso formativo di questa laurea magistrale consente di perfezionare le competenze di base e le abilità specifiche acquisite nei settori dei mezzi e delle pratiche della comunicazione e di offrire una preparazione avanzata interdisciplinare nel campo della comunicazione digitale, con particolare riferimento al ruolo delle tecnologie e culture digitali nella società, all'analisi critica di big data, algoritmi, intelligenza artificiale e alla loro applicazione in ambito sociale e politico. La formazione specialistica permette al laureato di svolgere compiti direttivi e organizzativi nei settori della comunicazione di impresa, marketing, pubblicità e consumi, delle relazioni pubbliche, della ricerca sociale, di opinione e di mercato e dell'analisi dei dati, nella pubblica amministrazione, nelle organizzazioni internazionali, umanitarie, senza scopi di lucro e della consulenza politica ed elettorale.

Il corso consente altresì di acquisire livelli specialistici nelle abilità necessarie per attività redazionali nel settore dei mass media e dei nuovi media; nelle abilità di analisi dei dati per ricerche di mercato e sondaggi di opinione; nelle abilità di Corporate Social Responsibility (CSR) così come progettazione, realizzazione e direzione di campagne di comunicazione sociale, istituzionale, economica e politica.

Sbocchi professionali

Tra gli sbocchi professionali prevedibili per i laureati della Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa si segnalano:

- posizioni di elevata responsabilità nell'organizzazione e gestione di uffici stampa, relazioni esterne e uffici relazioni con il pubblico (URP);
- progettisti e responsabili dei piani di comunicazione istituzionali e di impresa;
- professionisti nel marketing e nella comunicazione pubblicitaria;
- esperti di branding e consulenti per aziende, organizzazioni pubbliche e private;
- ricercatori negli istituti demoscopici e di market research, di analisi politica e delle politiche pubbliche;
- data analyst con skills in gestione/analisi di dati digitali da spendere nelle amministrazioni pubbliche e in istituti di ricerca (mercato e opinione pubblica);
- professionisti capaci di gestire, manipolare e analizzare anche Big Data (competenze avanzate di tipo computazionale);
- consulenti di marketing politico per partiti e candidati;
- carriera accademica (insegnamento e ricerca).

Informazioni generali

Accesso: programmato (200 posti, con prova di ammissione).

Curricula: Comunicazione e Marketing - Corporate Communication (in inglese) - Digital Communication and Public Opinion (in inglese) - Data Analytics for Politics, Society and Complex Organizations (in inglese).

Frequenza: fortemente consigliata.

Sede didattica: Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali – Via Conservatorio, 7 – 20122 Milano.

Coordinatore del corso: Prof. Lorenzo Mosca (lorenzo.mosca1@unimi.it).

Per informazioni scrivere a: bienniocom@unimi.it

Date utili: la prova di ammissione si svolgerà il 6 settembre 2023 alle ore 9:30 in presenza. Per maggiori dettagli consultare il bando di ammissione. Le iscrizioni alla prova di ammissione sono aperte sino al 25 agosto 2023, ore 14:00.

Bando di ammissione: <https://apps.unimi.it/files/bandi/bando-2024-1-comunicazione-pubblica-e-d-impresa-%28com%29.pdf?20-MAR-23>

Manifesto degli studi per l'a.a. 2023/24

CURRICULUM MARK - COMUNICAZIONE E MARKETING

1° ANNO	
Attività formativa	Crediti
Sociologia dei consumi o Behavioural Sociology	9
Marketing progredito	9
Analisi dei dati* / Datafied society / Web Communication	9
Informazione, diritti e mercati digitali	9
Comunicazione sociale e istituzionale	9
Pubblicità e comunicazione integrata	9
Metodi e tecniche della comunicazione / Comunicazione crossmediale	9

2° ANNO	
Attività formativa	Crediti
Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche / Neuromarketing research	9
Consumer and Shopping Behaviour	9
Insegnamento a scelta libera	9

*L'esame di Analisi dei dati è obbligatorio per gli studenti che non abbiano sostenuto un esame con contenuti metodologici analoghi nel triennio.

CURRICULUM COR - CORPORATE COMMUNICATION

1° ANNO	
Attività formativa	Crediti
Data Analysis* / Web communication / Digital society	9
Human resources management/ Datafied society	9
Digital Cultures and Communication research	9
Marketing advanced	9
Market regulation and Business practices / Behavioural Sociology	9
Economics of communication / Research design	9
Consumer culture / Public Opinion Research	9

2° ANNO	
Attività formativa	Crediti
Corporate communication	9
Advertising Communication	9
Insegnamento a scelta libera	9

*L'esame di Data analysis è obbligatorio per gli studenti che non abbiano sostenuto un esame con contenuti metodologici analoghi nel triennio.

CURRICULUM DigiPop - DIGITAL COMMUNICATION AND PUBLIC OPINION

1° ANNO	
Attività formativa	Crediti
Public Opinion Research	9
Digital society	9
Data Analysis* / Web communication** / Behavioural Sociology	9
Research design	9
Survey methods	6
Digital Cultures and Communication Research	9
Datafied society	9

2° ANNO	
Attività formativa	Crediti
Big data and digital methods	12 (6+6)
Journalism, Media and Politics	9
Insegnamento a scelta libera	9

*L'esame di Data analysis è obbligatorio per gli studenti che non abbiano sostenuto un esame con contenuti metodologici analoghi nel triennio.

**Se non si è sostenuto alcun esame di informatica Web Communication è obbligatorio, eventualmente tra i 9 cfu a scelta dello studente.

CURRICULUM DASP & CO - DATA ANALYTICS FOR POLITICS, SOCIETY AND COMPLEX ORGANIZATIONS

1° ANNO	
Attività formativa	Crediti
Social and Political attitudes	6
Multivariate analysis for social scientists	6
Data Analysis	9
Big data and digital methods	6
Cybersecurity and Privacy preservation techniques	6
Behavioural Sociology	9
Analytics for complex organizations	6
Digital cultures and Communication Research	9

2° ANNO	
Attività formativa	Crediti
Big data analytics	6
Network Analysis	6
Policy design analysis and evaluation	12 (6+6)
Insegnamento a scelta libera	9

Ulteriori attività formative comuni ai quattro curricula:

- Lo studente deve conseguire 9 crediti a scelta libera e altri 9 crediti di ulteriori attività formative (stage, tirocinio, laboratori).
- Tesi di laurea: 21 crediti.

Testi per prepararsi alla prova d'ammissione

Marketing: P. Kotler, G. Armstrong, *Principi di marketing*, Pearson, edizione recente.

Teorie della comunicazione: G. Balbi, P. Magaudda, *Storia dei media digitali*, Laterza, 2014.

Informatica: L. Snyder, R. Henry, A. Amoroso, *Fluency. Conoscere e usare l'informatica*, Pearson, settima edizione.

Statistica: A. Agresti, B. Finlay, *Metodi statistici di base e avanzati. Per le scienze sociali*, Pearson (2020).

P. Natale, *La ricerca sociale* (in particolare, capp. 3 e 4) - Laterza, 2007 o seguenti.

Per l'attualità si raccomanda un buon livello di lettura di giornali e di esposizione ai media informativi in generale.

Sito web: <https://com.cdl.unimi.it/it>

Per informazioni sulla didattica scrivere a: bienniocom@unimi.it

Sono ammessi alla prova di ammissione gli studenti iscritti all'ultimo anno di corsi di laurea di primo livello che conseguano la laurea entro il 31/12/2023 e che presentino una certificazione attestante una conoscenza della lingua inglese pari o superiore al livello B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER) entro la stessa data.