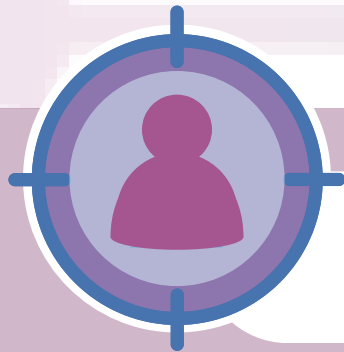




Strategie e Tecniche della Comunicazione (LM-92) a.a. 2024-25

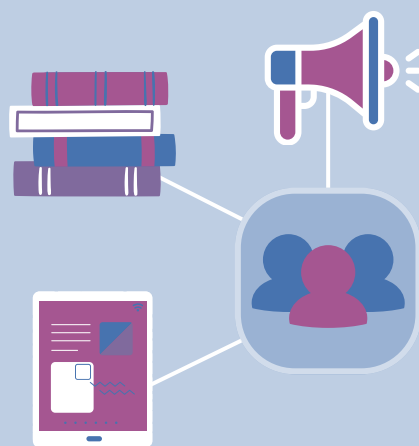
Curriculum: Comunicazione strategica per i mercati e le istituzioni



Per fare cosa?

Il curriculum forma professionisti nel campo della **comunicazione pubblica** e del **marketing strategico** per imprese e istituzioni.

Cosa si studia?



Primo anno

Sociologia dei media digitali (6 CFU)
Comunicazione pubblicitaria e promozione culturale (6 CFU)
Comunicazione e marketing digitale (6 CFU)
Teorie semiotiche e linguistiche (6 CFU)
Comunicazione politica (9 CFU)
Politiche pubbliche e comunicazione (6 CFU)
1 insegnamento a scelta tra:

- Metodologia della ricerca sociale qualitativa (6 CFU)
- Disegno della ricerca e metodi quantitativi (6 CFU)

Idoneità Linguistica di Inglese C1 (3 CFU)
Attività a scelta dello studente (12 CFU)

Secondo anno

Economia cognitiva e comportamentale (6 CFU)
Semiotica del testo (9 CFU)
Religione e comunicazione (6 CFU)
Retorica e linguaggi persuasivi (6 CFU)
Sociologia dell'identità (6 CFU)
Tirocinio (12 CFU)
Prova finale (15 CFU)



Come funziona?

Istituzioni pubbliche e imprese private hanno sempre maggiore bisogno di professionisti della comunicazione per raccontare la loro storia (chi sono, cosa fanno) **in maniera sostenibile e inclusiva**. Allo stesso modo, i mercati hanno bisogno di **professionisti creativi** per le proprie campagne di marketing. **Comunicazione politica, pubblica o di impresa** sono tutte declinazioni di una forma di comunicazione al servizio delle istituzioni e dei mercati. Gli studenti approfondiranno le tecniche di **comunicazione pubblica** e di **marketing digitale** in un contesto didattico **multidisciplinare**.