



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

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, esperto 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 esperti del mondo organizzativo e della pubblicità. A conclusione del percorso di studi tutti gli studenti svolgeranno uno stage in agenzie, organizzazioni o strutture di comunicazione e pubblicità. Lo staff docente è composto sia da professori universitari sia da professionisti ed esperti del mondo della pubblicità e della comunicazione.

Modalità di accesso

Corso ad accesso libero. Gli studenti devono possedere i requisiti curricolari e un'adeguata preparazione personale, come specificato nel sito del corso di laurea, 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 gli studenti iscritti al percorso part time sono esonerati dall'obbligo di frequenza e possono sostenere esami da non frequentanti.

Presso il corso di laurea è attiva la COLONIA della comunicazione, laboratorio/agenzia permanente coordinato dai professionisti che collaborano con il corso di laurea che consente agli 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 degli studenti magistrali.

Informazioni Docenti/Tutor di riferimento

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

Prof.ssa Laura Gemini - Commissione didattica
Email laura.gemini@uniurb.it

Scuola di Scienze della comunicazione
Via Saffi, 15 - 61029 Urbino

Enrica Cimarelli - Tel. 0722 305720

Chiara Lelli - Tel. 0722 305721

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 carriera

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/1756830

blogcpo.wordpress.com

COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI

Primo anno	SSD	CFU
Linguaggi e strategie della comunicazione promozionale.....	L-ART/06	9
Comunicazione pubblicitaria e linguaggi digitali	SPS/08	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 a scelta tra:		
- Analisi semiotica dei testi pubblicitari	M-FIL/05	6
- Laboratorio di web marketing	SPS/08	6
Due insegnamenti a scelta tra:		
- Laboratorio di computer grafica	SPS/08	6
- Linguaggi artistici	L-ART/02	6
- Marketing	SECS-P/08	6
- Storia dei consumi culturali	M-STO/04	6
 Secondo anno		
Comunicazione sociale e istituzionale	SPS/08	8
Due insegnamenti a scelta tra:		
- Strategie di sviluppo e gestione della marca	SECS-P/08	6
- Laboratorio di creatività pubblicitaria	SPS/08	6
- Marketing della cultura e del territorio	SECS-P/08	6
- Laboratorio di social media strategy	SPS/08	6
Una idoneità a scelta tra:		
- Laboratorio business english		6
- Global audiovisual media industries		6
Crediti a libera scelta*		6
Stage		8
Prova finale		20

Nota*:

- Linguaggi artistici	6
- Laboratorio di creatività pubblicitaria	6
- Marketing della cultura e del territorio	6
- Laboratorio di social media strategy	6
- Strategie di sviluppo e gestione della marca	6
- Comunicazione aziendale e internet marketing	6
- Sociosemiotica del turismo	6
- Scienza della politica	6
- Società e politica	6
- Altri insegnamenti attivi nell'Ateneo pertinenti con il percorso di studi, previa approvazione della Commissione didattica	6