



**Università  
degli Studi  
di Palermo**

•• **Dipartimento**  
Culture e  
Società



Laurea Magistrale in

---

# Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

---

---

piano degli studi a.a. 2023/24

# Il corso in breve



A partire dall'anno accademico 2023/2024 il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità è stato completamente rinnovato. Le principali innovazioni riguardano:

- Introduzione di laboratori professionalizzanti legati a diversi ambiti della comunicazione
- Elevata personalizzabilità dei piani di studio
- Tirocinio esteso
- Seminari e workshop tenuti da professionisti e esponenti del mondo della comunicazione

Il Corso di Laurea Magistrale mira alla formazione di professionisti che accedano all'ampio e variegato mondo della comunicazione con competenze teorico-metodologiche di livello avanzato che consentano loro di analizzare orientamenti, stili e consumi, individuare aspetti critici in diverse tipologie di contesti comunicativi, elaborare strategie, progettare e realizzare artefatti comunicativi di livello professionale e gestire campagne di comunicazione efficaci su media tradizionali e digitali.

Le discipline del corso sono volte a fare acquisire conoscenze approfondite riguardo alla gestione della comunicazione in aziende, istituzioni, partiti politici, amministrazioni locali e nazionali, enti pubblici e organizzazioni no profit. Campi a cui viene dato particolare risalto sono quelli del branding e del marketing digitale, rispetto ai quali vengono forniti gli strumenti teorici e metodologici nonché le conoscenze pratiche per analizzare flussi comunicativi, concepire strategie, curare campagne pubblicitarie, progettare identità commerciali, organizzare e promuovere eventi, progettare spazi ed esperienze commerciali, produrre messaggi per il web e diffonderli, produrre contenuti per la stampa e curare pubbliche relazioni.



# Caratteristiche del percorso



## Laboratori e personalizzazione del piano di studi

Durante il corso, lo studente avrà l'opportunità di apprendere, attraverso due laboratori professionalizzanti con frequenza obbligatoria, metodi e tecniche cruciali per il proprio futuro ruolo professionale acquisendo, anche in base agli interessi e alle competenze personali, conoscenze direttamente spendibili nel mondo del lavoro. I laboratori attualmente attivi sono:

- Laboratorio di Creazione di una campagna di comunicazione
- Laboratorio di Service Design
- Laboratorio di Digitalizzazione del patrimonio culturale
- Laboratorio di Exhibit Design
- Laboratorio di Scienze sociali computazionali
- Laboratorio di Teorie e tecniche del sondaggio di opinione
- Laboratorio di Virtual Archaeology

Il piano di studi è fortemente personalizzabile in quanto vi sono ben tre insegnamenti fra opzionali e a scelta dello studente (per un totale di 18 crediti) da scegliere. Grazie a essi ogni studente potrà costruire il proprio percorso formativo sulla base dei propri interessi o di specifiche opportunità professionali.

La durata del tirocinio è stata incrementata a 225 ore da trascorrere in aziende o enti di varia natura.

## Doppio titolo

Il corso ha una vocazione internazionale e beneficia della collaborazione con l'Università Al Manar di Tunisi che consente, a coloro che lo desiderino, dopo un periodo di permanenza in Tunisia, di conseguire un titolo di studio che ha valore sia in Italia sia in Tunisia.



# Sbocchi occupazionali



Fra i profili in uscita del corso:

- **Manager della comunicazione**
- **Specialista delle pubbliche relazioni e dell'immagine per imprese e istituzioni**
- **Direttore creativo**
- **Specialista in Social Media Management**

Fra le funzioni che i laureati possono svolgere in aziende private ed enti pubblici:

- coordinare strategicamente le attività di comunicazione di imprese e istituzioni su media differenti
- coordinare le attività di URP (uffici di relazioni con il pubblico) in enti pubblici o aziende
- curare i rapporti di imprese con i mezzi di informazione e con le istituzioni
- analizzare il mercato al fine di ideare e mettere a punto strategie di comunicazione efficaci
- ideare, predisporre e valutare campagne pubblicitarie e piani media per la diffusione dei messaggi
- ideare e gestire una campagna di comunicazione sui Social Media
- ideare identità visive e in generale curare gli aspetti visivi della comunicazione
- organizzare conferenze stampa, redigere testi per comunicati stampa o discorsi ufficiali
- scrivere testi pubblicitari per un target ben preciso selezionando di conseguenza messaggi e linguaggi
- scrivere e curare la realizzazione di audiovisivi (spot, interviste, video aziendali) per il web e per la televisione
- redigere testi informativi, anche di tipo tecnico e specialistico, e istruzioni per l'uso relative a prodotti e servizi sia fisici sia software
- migliorare la fruibilità delle interfacce
- comprendere e analizzare fenomeni sociali, politici, culturali, flussi comunicativi e tendenze sul web
- analizzare il traffico informatico attraverso strumenti software e di profilazione utente
- svolgere consulenze comunicative per brand, partiti politici, personaggi del mondo dello spettacolo ecc.



# Piano di studi



## primo anno

INSEGNAMENTO	ORE
Sociologia dei fenomeni politici	60
Tecniche avanzate per la ricerca sociale	60
Semiotica del Brand + Semiotica degli spazi espositivi	80
Marketing digitale	40
Laboratorio a scelta 1	100
Insegnamento opzionale 1	40
Insegnamento a scelta 1	40

## laboratori

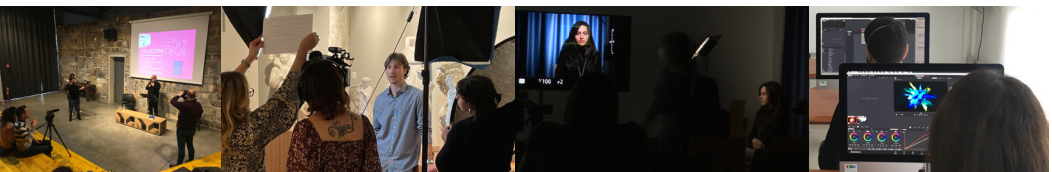
INSEGNAMENTO	ORE
Laboratorio di Creazione di una campagna di comunicazione	100
• Teoria e tecniche del linguaggio audiovisivo	
• Progettazione comunicativa	
Laboratorio di Service Design	100
Laboratorio di Digitalizzazione del patrimonio culturale	100
Laboratorio di Exhibit design	100
Laboratorio di Scienze sociali computazionali	100
Laboratorio di Teorie e tecniche del sondaggio d'opinione	100
Laboratorio di Virtual Archaeology	100

## secondo anno

INSEGNAMENTO	ORE
Organizzazione e gestione delle risorse umane	60
Sociologia dei consumi e degli stili di vita	60
Criminalità organizzata e violenza politica	40
Laboratorio a scelta 2	100
Insegnamento a scelta 2	40

## opzionali

INSEGNAMENTO	ORE
Analisi dei testi pubblici	40
Cinema e fotografia	40
Comunicazione letteraria	40
Design e Packaging alimentare	40
Economia dell'innovazione digitale	40
Filosofia dell'esperienza	40
Governance e filosofia politica	40
Linguistica contrastiva	40
Management del patrimonio culturale e dell'enogastronomia	40
Pratiche interlinguistiche nei media	40
Psicologia sociale	40
Storia dell'idea di Europa e dell'integrazione europea	40
Teoria e tecniche della serialità	40





vai al canale YouTube

