UNIVERSITÀ DI SIENA 1240

Informazioni generali

Denominazione

Master (I Livello): COMUNICAZIONE D'IMPRESA. LINGUAGGI, STRUMENTI, TECNOLOGIE

Obiettivi formativi

Il Master, istituito nel 2006 dall'Università di Siena per assicurare una formazione superiore e avanzata nell'ambito del marketing e della comunicazione, fornisce le conoscenze e le competenze necessarie a progettare, implementare e valutare l'efficacia delle attività di comunicazione delle imprese e, in generale, delle organizzazioni. La classe docente è costituita da studiosi provenienti da atenei nazionali ed esteri e, soprattutto, da professionisti che operano quotidianamente all'interno di imprese, agenzie di comunicazione e società di consulenza. In questo modo, con l'obiettivo di creare una relazione autentica e profittevole con i diversi pubblici di riferimento, chi avrà frequentato il Master saprà interpretare le tendenze e le prospettive dei mercati, saprà analizzare l'evoluzione delle diverse piattaforme di comunicazione e potrà elaborare strategie e azioni che integrino vecchi e nuovi media, con particolare riferimento agli strumenti dell'Intelligenza artificiale.

Crediti

80

Ore

2000

Durata in mesi: 12

Scadenza Bando

02/03/2026

Data inizio

Aprile 2026

Data fine

Aprile 2027

Percentuale assenza

20%

Sito web

www.mastercomunicazioneimpresa.it

Lingue previste

Italiano

Dipartimento

Dipartimento di Scienze Sociali, Politiche e Cognitive (DISPOC)

Referenti per la didattica

e-mail info@mastercomunicazioneimpresa.it

Paolo Bertetti
Valentina Canu
Vasco Messina
Giuseppe Segreto

Sostegno e convenzione

Sostegno e convenzione

Convenzione

Convenzione/i

Denominazione ente: LEM INDUSTRIES SPA

Titoli di accesso

Classe	Descrizione	Tipo Laurea
-	Tutte le lauree magistrali	
-	Tutte le lauree specialistiche	
-	Tutte le lauree triennali	
-	Tutte le lauree vecchio ordinamento	
-	Tutti i diplomi universitari	

Legenda classi di Laurea - L: laurea triennale - LS: laurea specialistica - LM: laurea magistrale - V.O. laurea vecchio ordinamento - DU: diploma universitario

- Altri diplomi di cui alle leggi n.42 del 26 febbraio 1999, n. 251 del 10 agosto 2000 recepite dalla legge n. 1 dell'8 gennaio 2002 (solo per le professioni sanitarie infermieristiche, ostetrica, riabilitative, tecnico sanitarie, tecniche della prevenzione e per i diplomati in assistente sociale)

- Scuole dirette a fini speciali ai sensi del dpr n.162/82

- Titoli rilasciati dalle accademie e dai conservatori di cui alla legge n. 268 del 22 novembre 2002

- Ammissione con riserva per lo studente, che non abbia conseguito il titolo di studio previsto per l'accesso. La conferma dell'ammissione rimane fissata al momento del conseguimento del titolo stesso e, comunque, entro e non oltre la data delle prove di ammissione o della valutazione dei curricula. (Tale voce è obbligatoria per tutti i master ad ammissione esclusi quelli che richiedono ulteriori requisiti quali abilitazione, iscrizione ordini professionali e specializzazioni)

Azione su paziente

No

Alternativa manichino

No

Iscrizione albo

No

Abilitazione professionale

No

Specializzazione

No

Domanda di ammissione o iscrizione

Modalità di ammissione

Ammissione

Documentazione da allegare

Curriculum vitae et studiorum
Eventuali pubblicazioni
Eventuali altri titoli

Procedura di selezione

Valutazione CVLunedì 16 Marzo 2026

Valutazione allegati

Categoria titoli	Punteggio (30esimi)
Titolo di studio	22
Diplomi o attestati di specializzazione e qualificazione Professionale	2
Ulteriori titoli	6

Numero minimo iscritti 10
Numero massimo iscritti 30
Numero massimo posti riservati previsti dalla convenzione istitutiva 4

Tasse di iscrizione

Importo Totale in € 5000.00
Importo Prima Rata in € 2500.00
Importo Seconda Rata in € 2500.00
Scadenza seconda rata Sabato 4 Luglio 2026
Importo tasse agevolate previste dalla convenzione istitutiva 5000.00

Percorso Formativo

Modalità di erogazione della didattica Blended (le lezioni sono in parte in presenza e in parte online sotto la guida del docente)
Sede di svolgimento interna DISPOC

Denominazione Area: COMUNICAZIONE, MARKETING, MEDIA
CFU totali area: 18
Docenti responsabili: Lovari Alessandro - Manetti Giovanni - Parlangeli Oronzo - Prato Alessandro

Attività didattica formativa: COMUNICAZIONE INTERNA E RELAZIONI ORGANIZZATIVE
CFU: 2
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: IL MARKETING
CFU: 3
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA: DEFINIZIONI, AREE, STRUMENTI
CFU: 1
Codice SSD: SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)

Attività didattica formativa: LA COMUNICAZIONE. FUNZIONI, CODICI, PRATICHE
CFU: 2
Codice SSD: M-FIL/05 (FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI)

Attività didattica formativa: LA USER EXPERIENCE
CFU: 1
Codice SSD: ICAR/13 (DISEGNO INDUSTRIALE)

Attività didattica formativa: MEDIA EVOLUTION: LA TRASFORMAZIONE DEGLI ECOSISTEMI MEDIATICI
CFU: 2
Codice SSD: M-FIL/05 (FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI)

Attività didattica formativa: PSICOLOGIA E COMUNICAZIONE
CFU: 3
Codice SSD: M-PSI/01 (PSICOLOGIA GENERALE)

Attività didattica formativa: RETORICA E COMUNICAZIONE PERSUASIVA
CFU: 1
Codice SSD: M-FIL/05 (FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI)

Attività didattica formativa: SEGNI, LINGUAGGIO, COMUNICAZIONE
CFU: 2
Codice SSD: M-FIL/05 (FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI)

Attività didattica formativa: TEORIE DELL'OPINIONE PUBBLICA E NEWSMAKING
CFU: 1
Codice SSD: SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)

Denominazione Area: STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE DI IMPRESA
CFU totali area: 29
Docenti responsabili: Bertetti Paolo - Guidi Stefano - Innocenti Alessandro - Torrisi Gaetano

Attività didattica formativa: BRANDING E CONTENT STRATEGY
CFU: 2
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: CULTURA E COMUNICAZIONE DEL CIBO E DEL VINO
CFU: 1
Codice SSD: M-FIL/05 (FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI)

Attività didattica formativa: EVOLUZIONE DELLA SEO, COPYWRITING E STRATEGIE D'INGAGGIO NELL'ERA DELL'IA
CFU: 2
Codice SSD: SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)

Attività didattica formativa: FORME DELLA NARRAZIONE E TRANSMEDIA STORYTELLING
CFU: 2
Codice SSD: M-FIL/05 (FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI)

Attività didattica formativa: IL NEUROMARKETING
CFU: 1
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: IL PIANO DI COMUNICAZIONE
CFU: 2
Codice SSD: SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)

Attività didattica formativa: Il Piano di marketing. Teorie e pratica
CFU: 5
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: LA COMUNICAZIONE D’IMPRESA INCLUSIVA
CFU: 1
Codice SSD: L-LIN/02 (DIDATTICA DELLE LINGUE MODERNE)

Attività didattica formativa: LE RELAZIONI PUBBLICHE
CFU: 3
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: LE TENDENZE NELLA MODA
CFU: 1
Codice SSD: L-ART/06 ("CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE")

Attività didattica formativa: L’INTELLIGENZA ARTIFICIALE
CFU: 1
Codice SSD: M-PSI/01 (PSICOLOGIA GENERALE)

Attività didattica formativa: MANAGEMENT DELLA PUBBLICITA': DAL BRIEF ALLA CAMPAGNA
CFU: 1
Codice SSD: SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)

Attività didattica formativa: PIATTAFORME, ALGORITMI, COMUNICAZIONE
CFU: 1
Codice SSD: SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)

Attività didattica formativa: RESPONSABILITA' SOCIALE D’IMPRESA
CFU: 1
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: SOCIAL MEDIA, MARKETING E COMUNICAZIONE
CFU: 3
Codice SSD: SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)

Attività didattica formativa: SOSTENIBILITA' AMBIENTALE
CFU: 1
Codice SSD: CHIM/06 (CHIMICA ORGANICA)

Attività didattica formativa: WEB & SOCIAL MEDIA ADVERTISING
CFU: 1
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Denominazione Area: LABORATORI
CFU totali area: 5
Docenti responsabili: Canu Valentina - Gnassi Antonio - Masini Maurizio - Segreto Giuseppe

Attività didattica formativa: BRAND EXPERIENCE DESIGN. PROGETTARE SITI WEB E MATERIALI DI COMUNICAZIONE
CFU: 2
Codice SSD: ICAR/17 (DISEGNO)

Attività didattica formativa: FOTOGRAFIA DIGITALE E PRODUZIONE DI CONTENUTI MULTIMEDIALI E MULTICANALE
CFU: 1
Codice SSD: ING-INF/05 (SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI)

Attività didattica formativa: “LE FAREMO SAPERE”. INCONTRI DI ORIENTAMENTO AL LAVORO E PUBLIC SPEAKING
CFU: 1
Codice SSD: M-FIL/05 (FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI)

Attività didattica formativa: SOCIAL MEDIA ED EVENT MANAGEMENT
CFU: 1
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Denominazione Area: CASE HISTORIES E INCONTRI CON PROFESSIONISTI
CFU totali area: 4
Docenti responsabili: Biagioni Corso - Polo Andrea - Schiavon Caterina

Attività didattica formativa: IL MADE IN ITALY NELLA MODA E NEL LUSSO
CFU: 1
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: INCONTRI CON I PROFESSIONISTI E LE PROFESSIONISTE DELLA COMUNICAZIONE
CFU: 2
Codice SSD: SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)

Attività didattica formativa: LE INDAGINI DI MERCATO E LA RISOLUZIONE DEI PROBLEMI DI POSIZIONAMENTO E COMUNICAZIONE
CFU: 1
Codice SSD: M-FIL/05 (FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI)

Scelta stage/tirocinio

STAGE

Modalità di svolgimento stage/tirocinio

Giunto alla sua XX edizione, il Master promuove l'inserimento nel mondo del lavoro dei partecipanti grazie a una fitta rete di relazioni che, negli anni, sono state consolidate con il management delle aree Risorse umane, degli uffici Comunicazione e Marketing delle imprese, di agenzie di comunicazione, società di consulenza, organizzazioni non profit, enti pubblici. Una tale rete permette alle allieve e agli allievi del Master di svolgere innanzitutto un'esperienza di stage che sia veramente formativa. Gli stage, infatti, sono il risultato di un attento processo di valutazione in grado di coniugare l'offerta dei diversi partner aziendali con gli interessi e il profilo dei partecipanti. Questo permette di creare le condizioni ideali per mettere alla prova le competenze acquisite nel corso delle lezioni in aula e di sviluppare così, dall'inizio alla fine, un project work nell'ambito del marketing e della comunicazione da condividere ed approfondire poi insieme alla classe docente del Master.

Strutture di svolgimento

Sul sito istituzionale del Master (http://www.mastercomunicazioneimpresa.it /didattica/aziende/) è presente un elenco delle aziende e degli enti che hanno offerto stage nel corso delle passate edizioni. Le realtà organizzative dove si svolgeranno gli stage della XX edizione sono da stabilirsi a tempo debito, sulla base degli interessi, delle aspirazioni e delle attitudini delle studentesse e degli studenti, nonché della disponibilità dei vari partner aziendali coinvolti.

Crediti attribuiti stage/tirocinio

12

Ore di stage/tirocinio

320

Data termine stage/tirocinio

Aprile 2027

Docenti responsabili stage/tirocinio:

Masini Maurizio - Segreto Giuseppe

Prove di verifica intermedie (Modalità)

Test a risposta chiusa

Modalità svolgimento verifica finale

Tesi o elaborato finale

Crediti attribuiti alla verifica finale: 12

Organi collegiali

Collegio docenti Organo composto da tutti i responsabili di area
Consiglio direttivo Si