



**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 proficua con i diversi pubblici di riferimento, frequentare il Master consentirà di interpretare le tendenze e le prospettive dei mercati, analizzare l'evoluzione delle diverse piattaforme di comunicazione ed elaborare strategie e azioni che permettano il raggiungimento degli obiettivi di marketing e comunicazione definiti dalle organizzazioni.
Crediti
80
Ore
2000
Durata in mesi
12
Scadenza Bando
1 marzo 2027
Data inizio
Aprile 2027
Data fine
Aprile 2028
Percentuale assenza
20%

Sito web
https://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
Nessun sostegno o convenzione

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.		

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 CV Lunedì 15 Marzo 2027	
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	

Tasse di iscrizione

Importo Totale in €
5000
Importo Prima Rata in €
2500
Importo Seconda Rata in €
2500
Scadenza seconda rata
Venerdì 16 Luglio 2027

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: 2

Codice SSD: M-PSI/01 (PSICOLOGIA GENERALE)

Attività didattica formativa: PSICOLOGIA SOCIALE

CFU: 1

Codice SSD: M-PSI/05 (PSICOLOGIA SOCIALE)

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: 6

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: SCRITTURA CREATIVA

CFU: 1

Codice SSD: L-FIL-LET/14 (CRITICA LETTERARIA E LETTERATURE COMPARATE)

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: 3

Docenti responsabili: Biagioni Corso - Polo Andrea - Recupero Annamaria

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: 1

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

Marzo 2028

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