

Per saperne di più

Per informazioni specifiche sui corsi di laurea magistrale visita il sito:

www.lett.unisi.it

Troverai i piani di studio, i docenti, i programmi dei corsi, gli orari delle lezioni dei corsi e del ricevimento studenti.

Per sapere quali siano i servizi per gli studenti iscritti all'Università di Siena visita il sito:

www.unisi.it

Troverai informazioni sulle immatricolazioni, sulle borse di studio, sugli alloggi per non residenti, le mense, le attività sportive, ecc.

Per tutte le altre informazioni e per contattare gli studenti Tutor clicca sul simbolo dell'orientamento nel sito di Facoltà:



Per tutte le altre iniziative di orientamento rivolgiti all'Ufficio **Accoglienza, orientamento e tutorato**

via Banchi di Sotto, 55
tel. 0577 232423 – 232397 - 232328

e-mail: orientamento@unisi.it

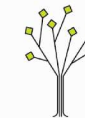
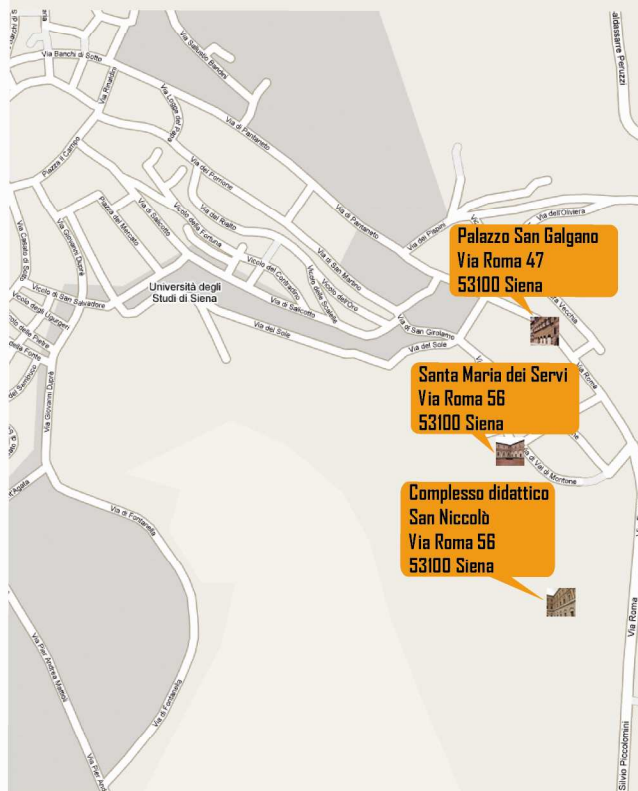
Come raggiungerci

Le sedi della Facoltà di Lettere e Filosofia sono:

Palazzo di San Galgano, via Roma 47

Complesso didattico di Santa Maria dei Servi, via Roma, 56

Complesso didattico di San Niccolò, via Roma, 56



facoltà di lettere e filosofia
università degli studi di siena



Corso di laurea magistrale in Comunicazione persuasiva e nuovi media



a.a. 2009-2010

La formazione

I laureati del corso di laurea magistrale in Comunicazione persuasiva e nuovi media acquisiranno:

- una conoscenza approfondita dei modelli teorici attuali relativi alla comunicazione;
- una adeguata capacità critica che permetta di porre a confronto i modelli comunicativi attuali con quelli rintracciabili nella tradizione semiotica, filosofica e retorica del passato, che ai più recenti fanno da fondamento;
- una approfondita capacità di analisi e produzione di testi, anche multimediali, valutandone e progettandone l'efficacia comunicativa e l'impatto sui destinatari;
- una adeguata capacità di progettare modelli e teorie utili anche alla realizzazione di prototipi comunicativi a diversi livelli e con diverse tecnologie;
- delle abilità metodologiche, coniugate con competenze di tipo tecnologico, finalizzate a padroneggiare sia i tradizionali che i nuovi mezzi di comunicazione.

Gli studenti di questa laurea magistrale svilupperanno inoltre competenze interdisciplinari finalizzate all'ideazione, all'analisi, alla produzione ed alla valutazione di nuovi media, definendone le relazioni e le potenziali implicazioni finalizzate sia all'analisi delle componenti sociali e cognitive, sia di quelle orientate al marketing ed alla comunicazione pubblicitaria.

Pertanto i laureati della laurea magistrale in Comunicazione persuasiva e nuovi media saranno in grado di elaborare idee originali soprattutto nel campo delle tecnologie orientate ai linguaggi persuasivi (della politica, della pubblicità, della comunicazione istituzionale e sociale) e della comunicazione prodotta dalle imprese (comunicazione pubblicitaria e di marketing).

Il piano di studi

I anno

- Semiotica o Nuovi media per la conoscenza o Design dei media digitali;
- Scienze e tecnologie cognitive;
- Retorica e linguaggi persuasivi;
- Tecnologie cognitive;
- Sociologia dell'identità;
- Comunicazione d'impresa e marketing;
- Cinema e storia o Storia della globalizzazione;
- Un insegnamento a scelta dello studente.

II anno

- Comunicazione in rete o Linguaggi della politica e delle istituzioni o Physical computing;
- Percezione e persuasione;
- Comunicazione pubblicitaria;
- Diritto privato della comunicazione;
- Lingua inglese.

A completamento del percorso di studi dovrà essere svolta un'attività di stage e preparata la tesi per il conseguimento del titolo.

Il totale dei crediti formativi acquisiti sarà di 120, equamente distribuiti nei due anni di corso. Gli insegnamenti saranno attivati in ottemperanza ai regolamenti vigenti.

Gli sbocchi professionali

I laureati magistrali in Comunicazione persuasiva e nuovi media potranno operare in tutti i settori del mondo delle moderne professioni centrate sulla comunicazione. Facendo riferimento al documento della Federcomin "Occupazioni e professioni nell'ICT-Rapporto 2006", si possono indicare i seguenti ambiti e le seguenti figure professionali:

- ambito relativo alle professioni della comunicazione interattiva e in rete (in particolare le figure professionali di progettista dei contenuti multimediali, progettista dei nuovi media);
- ambito delle professioni relative alla comunicazione politica, sociale e istituzionale, con competenze nella progettazione e gestione delle strategie di formazione delle opinioni;
- ambito delle professioni della comunicazione di impresa e pubblicitaria (addetto all'immagine aziendale e di prodotto, brand manager, addetto alla comunicazione di impresa);
- ambito delle professioni relative alla produzione di testi (tradizionali e ipermediali) per il vasto mondo dell'industria culturale nei suoi vari settori e del comparto editoriale;
- ambito delle professioni dell'Information and Communication Technology orientato ad assicurare innovazione e sviluppo attraverso un utilizzo strategico della tecnologia (consulente di processo).

Pertanto il percorso di studi prepara in maniera ottimale, ad esempio, per le seguenti professioni: specialisti nei rapporti con il mercato, redattori di testi per la pubblicità, revisori di testi, ricercatori e tecnici laureati nelle scienze dell'informazione, professori di scienze dell'informazione, specialisti in reti e comunicazioni informatiche; specialisti nelle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili in ambito sia pubblico che privato.