

Università degli Studi di Siena

MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO IN COMUNICAZIONE DI IMPRESA. LINGUAGGI, STRUMENTI, TECNOLOGIE A.A. 2009/2010

Art. 1

Oggetto del bando

1. L'Università degli Studi di Siena istituisce, per l'A.A. 2009/2010, il Corso di alta formazione permanente e ricorrente, al termine del quale verrà rilasciato il diploma di Master universitario di I livello in "Comunicazione di Impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie" (di seguito denominato Master universitario di I livello in "Comunicazione di Impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie") della Facoltà di Lettere e Filosofia.

2. Il Master mira a fornire competenze di tipo teorico, pratico ed operativo nel settore della comunicazione d'impresa e a formare profili professionali che possano rispondere alle esigenze di comunicazione interna ed esterna di aziende e organizzazioni complesse. Le attività formative del Master si avvalgono dell'esperienza dei docenti del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, che nel tempo ha consolidato la propria offerta didattica sul versante della comunicazione istituzionale e di impresa, del contributo della Banca Monte dei Paschi di Siena e della collaborazione con Text100, agenzia internazionale di relazioni pubbliche specializzata nella consulenza di comunicazione ad aziende che utilizzano le tecnologie e internet come fattore di differenziazione e vantaggio competitivo. Il progetto alla base di questo Master intende completare l'offerta didattica e formativa dell'Ateneo senese in un settore di particolare interesse in relazione alla domanda espressa dal mercato del lavoro, offrendo sia a coloro che hanno conseguito la laurea di primo livello presso lo stesso ateneo sia ai laureati di altre Università la possibilità di proseguire il proprio percorso di studi a Siena. Il Master si rivolge anche a coloro che lavorano all'interno di aziende, pubbliche amministrazioni e società di servizi che desiderano acquisire una formazione superiore e avanzata nei temi della pubblicità, del marketing e delle pubbliche relazioni.

3. La Direzione del Master universitario è presso l'Università degli Studi di Siena Dipartimento di Scienze della Comunicazione Via Roma 56, 53100 – Siena- Prof. Giovanni Manetti tel. 0577/234775 fax 0577/234754 e-mail mastercomimpresa@unisi.it.

Referenti per l'organizzazione e la didattica del Master universitario: Prof. Paolo Bertetti, Prof. Giuseppe Segreto Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Via Roma 56, 53100 – Siena Manetti tel. 0577/234775 fax 0577/234754 e-mail mastercomimpresa@unisi.it.

Tutor del Master universitario: Dott.ssa Lucia Ciciriello Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Via Roma 56, 53100 - Siena tel. 0577/234775 fax 0577/234754 e-mail mastercomimpresa@unisi.it.

Sito web del Master universitario www.unisi.it/mastercomimpresa

Art. 2

Requisiti

1. Per l'ammissione al Master universitario è richiesto il possesso di:

- LAUREE CONSEGUITE AI SENSI DELLA NORMATIVA PREVIGENTE IL D.M. 509/99 - Accesso consentito a tutte le lauree
- LAUREE AI SENSI DEL D.M. 509/99 E AI SENSI DEL D.M. 270/2004:
 - Accesso consentito a tutte e le classi
- LAUREE SPECIALISTICHE AI SENSI DEL D.M. 509/99 E LAUREE MAGISTRALI AI SENSI DEL D.M. 270/2004:
 - Accesso consentito a tutte e le classi
- TITOLI RILASCIATI DALLE ACCADEMIE E DAI CONSERVATORI DI CUI ALLA LEGGE N. 268 DEL 22 NOVEMBRE 2002

2. La commissione si riserva di valutare le domande di ammissione di eventuali candidati che, possedendo un diploma di laurea diversi da quelli indicati al comma 1 del presente articolo, siano in possesso di un curriculum attestante ulteriori percorsi formativi e/o attività specifiche svolte nell'ambito d'interesse del master.

3. I suddetti requisiti dovranno essere posseduti alla data alla data di scadenza del termine utile per la presentazione delle domande di ammissione al Master universitario. Lo studente, che non abbia conseguito il titolo di studio previsto al comma precedente entro la scadenza del bando (6 novembre 2009), può iscriversi con riserva al master universitario prescelto entro tale termine. La conferma dell'ammissione rimane fissata al momento del conseguimento del titolo stesso e, comunque, entro e non oltre la data della valutazione dei curricula prevista all'art. 5 comma 1.

4. Il numero dei posti previsti per l'accesso al Master universitario è stabilito in un minimo di 14 e massimo 25. Sono previsti, inoltre, n. 5 posti in soprannumero riservati a cittadini stranieri.

5. Gli studenti portatori di handicap con percentuale di invalidità maggiore o uguale al 66% sono ammessi in soprannumero purché in possesso dei requisiti richiesti per l'ammissione al Master universitario e previo superamento delle selezioni eventualmente previste.

Gli studenti di cui al presente comma sono esonerati totalmente dal pagamento di tasse e contributi, comunque denominati, e non concorrono alla formazione del numero minimo di posti eventualmente fissato per l'attivazione del corso. Questi ultimi non possono superare il limite del 10 % sul totale degli studenti, salvo diversa e motivata deliberazione dell'organo competente; tale numero non potrà comunque essere inferiore ad 1.

Qualora il numero degli studenti portatori di handicap con percentuale superiore o uguale al 66% superi il limite sopra individuato il beneficio verrà concesso in base alla graduatoria di ammissione. Nel caso in cui il numero delle domande di ammissione non dovesse superare i posti previsti dall'avviso di selezione l'organo deliberativo del Master universitario individuerà i criteri oggettivi in base ai quali attribuire i benefici sopracitati.

A tal fine lo studente dovrà allegare alla domanda di ammissione un certificato di invalidità indicante la percentuale riconosciuta dalle competenti autorità.

6. Per il conseguimento del master universitario, della durata di 12 mesi, è necessaria l'acquisizione di 80 crediti formativi universitari.

7. Il Master universitario è con il sostegno di Text 100 S.r.l. e Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. .

Art. 3

Presentazione delle domande

1. La domanda di ammissione, redatta in carta semplice secondo i fac-simile (allegati A e B), dovrà essere indirizzata al Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Siena e dovrà essere presentata o spedita **entro il termine perentorio del 6 novembre 2009** con una delle seguenti modalità:

- consegna all'Ufficio Formazione e Post Laurea i cui recapiti sono disponibili alla pagina web http://www.unisi.it/postlaurea/orario_contatti.htm

- spedizione tramite raccomandata con avviso di ricevimento al seguente indirizzo: Magnifico Rettore Università degli Studi di Siena - Via Banchi di Sotto, 55 – 53100 Siena (**sulla busta dovrà essere apposta la seguente dicitura: “Domanda di ammissione a Comunicazione di Impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie”**).

2. Per le domande presentate direttamente farà fede la ricevuta rilasciata dall'Ufficio Formazione e Post Laurea e per quelle inviate per posta il timbro a data dell'Ufficio Postale accettante.

3. Nel caso d'invio tramite posta l'Amministrazione declina ogni responsabilità per la mancata ricezione delle domande derivante da responsabilità di terzi

4. Le domande presentate con documentazione carente o irregolare e quelle spedite per posta oltre il termine sopraindicato saranno respinte.

5. Per essere certi della effettiva ricezione e della correttezza della propria domanda, gli interessati potranno rivolgersi direttamente all'Ufficio Formazione e Post Laurea (www.unisi.it/postlaurea/orario_contatti.htm).

6. Alla domanda di ammissione, redatta secondo il fac-simile (Allegato A), i candidati dovranno produrre i seguenti documenti:

- dichiarazione sostitutiva di certificazione (ai sensi del D.P.R. del 28 dic. 2000, n° 445 art. 46) dei requisiti di cui all'art. 2 comma 1 (Allegato B);

- curriculum vitae et studiorum ;
 - eventuali pubblicazioni;
 - abstract della tesi di laurea;
 - Eventuali attestati di livello intermedio o superiore di conoscenza delle lingue straniere;
 - eventuali documenti (contratti, lettere del datore di lavoro, attestati, buste paga ecc.) attestanti esperienze di lavoro nell'ambito delle materie di interesse del Master;
 - eventuali attestati di diploma e di qualifica professionale, diplomi di master, attestati di dottorato di ricerca, diplomi di specializzazione;
 - copia di un documento di identità personale in corso di validità.
 - copia del Codice Fiscale.
7. Non è consentito il riferimento generico a documenti e titoli presentati presso questa Amministrazione allegati a domande di partecipazione ad altri corsi.
8. L'Amministrazione non assume alcuna responsabilità per la dispersione di comunicazioni dipendente da inesatta indicazione del recapito da parte del concorrente oppure da mancata o tardiva comunicazione del cambiamento di indirizzo indicato nella domanda, né per eventuali disguidi postali o telegrafici, o comunque imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o forza maggiore.
9. I candidati con disabilità, ai sensi della Legge del 5 febbraio 1992, n.104, e i soggetti destinatari della Legge 68/1999, dovranno fare esplicita richiesta in relazione alle proprie esigenze, riguardo l'ausilio necessario, nonché l'eventuale necessità di tempi aggiuntivi per poter sostenere le eventuali prove di ammissione. A tal fine dovranno contattare l'Ufficio Accoglienza Disabili – Via Banchi di Sotto, 55 – Siena – Tel. 0577/232250.

Art. 4

Norme per i candidati di cittadinanza straniera e per i comunitari in possesso di titolo accademico conseguito all'estero

1. E' consentito l'accesso al master a parità di condizioni con i candidati di cittadinanza italiana, agli stranieri titolari di carta di soggiorno ovvero di permesso di soggiorno per lavoro subordinato o per lavoro autonomo, per motivi familiari, per asilo politico, per asilo umanitario, o per motivi religiosi, ovvero agli stranieri regolarmente soggiornanti da almeno un anno in possesso di titolo di studio superiore conseguito in Italia, nonché gli stranieri, ovunque residenti, che sono titolari dei diplomi finali delle scuole italiane all'estero o delle scuole straniere o internazionali, funzionanti in Italia o all'estero, oggetto di intese bilaterali o di normative speciali per il riconoscimento dei titoli di studio e soddisfino le condizioni generali richieste per l'ingresso per studio.
2. Possono presentare domanda i candidati in possesso di un titolo accademico conseguito all'estero equiparabile per durata e contenuto al titolo accademico italiano richiesto per l'accesso al master. L'ammissione, tuttavia, resta subordinata alla valutazione della idoneità del titolo da parte degli organi accademici ai soli fini dell'iscrizione, nonché al superamento dei rispettivi esami di ammissione ove previsti.
3. Il candidato straniero di cui al comma 1 del presente articolo e il candidato comunitario in possesso di titoli accademici conseguiti all'estero o in Italia dovranno presentare o spedire la domanda con le modalità indicate all'art. 3 del presente avviso. Tutti i documenti redatti in lingua straniera dovranno essere tradotti, legalizzati e muniti di dichiarazione di valore redatte dalla Rappresentanza diplomatico-consolare italiana all'estero competente per territorio.
4. I cittadini non comunitari residenti all'estero dovranno presentare domanda alla rappresentanza diplomatica italiana del Paese d'origine o di ultima residenza che ne effettuerà la trasmissione all'Università, unitamente alla documentazione richiesta dal presente bando ed entro la scadenza prevista dal medesimo,
5. Per coloro che sono in possesso di titoli e di abilitazione all'esercizio della professione conseguiti all'estero, l'Università potrà procedere al loro riconoscimento ai soli fini dell'iscrizione al Master.
6. L'Ufficio Affari Generali Studenti – Via Sallustio Bandini n. 25 – Siena – provvederà al controllo verificando tutta la documentazione prodotta e la conformità alla normativa vigente in materia di stranieri da consentire l'ammissione al master.

Art. 5

Valutazione e prove

1. Nel caso in cui le domande di ammissione siano inferiori al numero dei posti disponibili la prova di selezione non avrà luogo e si procederà direttamente all'iscrizione degli interessati.

2. Qualora il numero delle domande di ammissione risulti, invece, superiore al contingente dei posti stabilito, l'ammissione al master avverrà a seguito della valutazione dei curricula presentati da ciascun candidato, stilando una graduatoria di merito. Saranno valutati i titoli appartenenti ad una delle seguenti categorie:

- Titolo di studio 15/15
- Diplomi o attestati di specializzazione e qualificazione Professionale 15/15
- Ulteriori titoli 15/15

La valutazione dei curricula si svolgerà il giorno 20 novembre 2009.

3. I criteri per la valutazione di tali titoli saranno preliminarmente fissati dall'organo competente, nel corso della prima riunione.

4. Per ogni candidato la commissione dovrà redigere una scheda riepilogativa, che farà parte integrante del verbale, nella quale verranno menzionati analiticamente i titoli ricondotti alle varie categorie ed i corrispondenti punteggi.

5. Verranno ammessi all'iscrizione i candidati utilmente collocati in graduatoria.

6. A parità di merito fra candidati risultati idonei, sarà ammesso il più giovane d'età.

7. In caso di rinuncia verranno ammessi i candidati che seguiranno nella graduatoria di merito. In tal senso si darà corso alle sostituzioni fino all'inizio dei corsi.

Art. 6

Modalità di iscrizione

1. L'Ufficio Formazione e Post Laurea procederà ad inviare a ciascun candidato, ammesso al Master universitari, apposita comunicazione a mezzo posta, e-mail, telegramma o fax.

2. La pratica di iscrizione dovrà essere perfezionata facendo pervenire all'Ufficio Formazione e Post Laurea i documenti previsti al comma successivo entro il termine indicato nella comunicazione.

3. I documenti utili ai fini dell'iscrizione sono i seguenti:

- domanda di iscrizione su modulo fornito dall'Ufficio Formazione e Post Laurea, reso legale con marca da bollo dell'importo previsto dalla normativa vigente;
- dichiarazione sostitutiva di certificazioni;
- ricevuta dell'avvenuto pagamento della tassa di iscrizione;
- copia di un documento di riconoscimento in corso di validità.

4. La tassa di iscrizione ammonta a euro 4000 al netto di qualsiasi onere ed eventuali commissioni bancarie. Tale somma dovrà essere versata in due rate: la prima, di euro 2000, all'atto del perfezionamento della pratica di iscrizione; la seconda rata, di euro 2000,, entro e non oltre il 30/04/2010, la cui copia dovrà essere consegnata o fatta pervenire all'Ufficio Formazione e Post Laurea i cui recapiti sono disponibili alla pagina web http://www.unisi.it/postlaurea/orario_contatti.htm entro la scadenza sopra indicata.

5. Rientrando il Master universitario nell'attività istituzionale dell'Ateneo, e non in quella commerciale, le tasse di iscrizione restano al di fuori del campo di applicazione I.V.A., pertanto non potrà essere rilasciata alcuna fattura.

6. In caso di rinuncia l'Amministrazione si riserva la possibilità di autorizzare il rimborso per gravi e giustificati motivi nell'ipotesi in cui i corsi non abbiano avuto inizio trattenendo una percentuale pari al 30% della prima rata (nel caso di importo dovuto in due soluzioni)

7. E' previsto il conferimento di rimborsi della tassa di iscrizione nella seguente misura:

	Da 1 a 9 iscritti	Da 10 a 25 iscritti	Oltre i 25 iscritti
Contribuzione: da 1.500,00 a 3.000,00 €	--	Almeno 1 rimborso totale	Almeno 1 rimborso totale e 1 parziale (pari al 50%)
Contribuzione: da 3.000,01 a 4.500,00 €	Almeno 1 rimborso parziale (pari al 50%)	Almeno 1 rimborso totale e 1 parziale (pari al 50%)	Almeno 2 rimborsi totali
Contribuzione: oltre 4.500,00 €	Almeno 1 rimborso totale	Almeno 2 rimborsi totali	Almeno 2 rimborsi totali e 1 parziale (pari al 50%)

La selezione per il rimborso totale e/o parziale alla tassa di iscrizione sarà effettuata dal Collegio dei Docenti o da apposita Commissione a tal fine individuata e si baserà sulla valutazione delle prove intermedie.

Informazioni relative all'attribuzione dei rimborsi saranno fornite esclusivamente dalla Direzione del Master universitario.

Art. 7

Organi del Master universitario

1. Sono organi del Master universitario:

- il Coordinatore, nominato dal Collegio dei docenti tra i docenti dell'Università degli Studi di Siena
- il Collegio dei Docenti, composto dai responsabili delle aree disciplinari del Master universitario e presieduto dal Coordinatore
- il Consiglio Direttivo eletto dal Collegio dei Docenti tra i propri membri e presieduto dal Coordinatore

Art. 8

Percorso formativo

1. La frequenza è obbligatoria. Sono permesse assenze giustificabili fino ad un massimo del 30% delle attività di stage, tirocini e didattica frontale.
2. Il Master universitario avrà inizio nel mese di dicembre 2009 e termine nel mese di novembre 2010.
3. Il calendario sarà comunicato dalla Direzione del Master universitario.
4. Sede prevalente di svolgimento delle attività didattiche è Facoltà di Lettere e Filosofia - Dipartimento di Scienze della Comunicazione, via Roma 56, Siena.
5. Vengono individuate all'interno del percorso formativo le seguenti aree disciplinari:

Comunicazione, media, impresa (25 ore)

CFU 5

Argomenti: 1) Introduzione alla Comunicazione (5 ore, prof. Manetti); 2) Teorie e modelli della comunicazione (5 ore, prof. Giuseppe Segreto); 3) Linguaggi e strumenti della comunicazione di massa (5 ore, prof.ssa Elisa Gioni); 4) Introduzione al Marketing (10 ore, prof.ssa Barbara Aquilani).

Responsabili:

MANETTI GIOVANNI
SEGRETO GIUSEPPE
GIOMI ELISA
AQUILANI BARBARA

Principi e tecniche della Promozione di Immagine (20 ore)

CFU 4

Argomenti: La comunicazione di impresa; la comunicazione di impresa e la personalità del consumatore; il processo d'acquisto; knowledge management, mappe cognitive e strumenti per la "misurazione" della conoscenza; la teoria degli stakeholder; la promozione di immagine; qualità nelle imprese (Prof. Marcello Morelli).

Responsabili:

MORELLI MARCELLO
SEGRETO GIUSEPPE
GIOMI ELISA
AQUILANI BARBARA

Comunicazione interna e relazioni organizzative: dall'ascolto alla generazione di valore (10 ore)

CFU 2

Argomenti: Definizione di comunicazione interna in termini di risorse intangibili per il successo dell'impresa; le relazioni organizzative: dinamiche e generazione di conoscenza e di alleanza attiva; i processi della comunicazione interna; i comportamenti di comunicazione proattivi; l'ascolto interno; casi ed esercitazioni (Prof.ssa Alessandra Mazzei).

Responsabili:
MAZZEI ALESSANDRA
SEGRETO GIUSEPPE
GIOMI ELISA
AQUILANI BARBARA

Etica ed epica della Comunicazione d'Impresa (20 ore)

CFU 4

Argomenti: Principi, dinamiche, conflitti e strategie della comunicazione nelle imprese; Il caso di Pitti Immagine (Prof. Lapo Cianchi).

Responsabili:
CIANCHI LAPO
SEGRETO GIUSEPPE
GIOMI ELISA
AQUILANI BARBARA

Estetica e organizzazione (25 ore)

CFU 5

Argomenti: Introduzione all'Organizzazione; dal "disgustoso" al "sublime": giudicare e agire nelle organizzazioni; estetica, conoscenza personale e controllo organizzativo; estetica organizzativa come negoziazione del potere; estetica e comunicazione organizzativa (Prof. Alberto Zanutto)

Responsabili:
ZANUTTO ALBERTO
SEGRETO GIUSEPPE
GIOMI ELISA
AQUILANI BARBARA

Il marketing (40 ore)

CFU 8

Argomenti: Introduzione al Modulo (prof. Torrissi, 5 ore); Il Piano di marketing (prof. Torrissi, 15 ore); Economie e costi del marketing (15 ore, prof.ssa Aquilani); studio di un caso ed esercitazione (5 ore, prof.ssa Barbara Aquilani)

Responsabili:
TORRISI GAETANO
AQUILANI BARBARA
GIOMI ELISA
AQUILANI BARBARA

La pubblicità (55 ore)

CFU 11

Argomenti: Management della pubblicità (10 ore, prof. ssa Ceriani); 2) Identità visiva e valori di consumo (10 ore, prof.ssa Mengoni); 3) Analisi del discorso pubblicitario (10 ore, prof. Bertetti); 4) Media Planning (5 ore, prof.ssa Montrasio); 5) Packaging e comunicazione "sullo scaffale" (10 ore, prof. Lancioni); 6) Branding e Naming (5 ore, prof. Calabrese); La disciplina della pubblicità commerciale (5 ore, prof. Parigi)

Responsabili:
CERIANI GIULIA
MENGONI ANGELA
LANCIONI TARCISIO
BERTETTI PAOLO

Le relazioni pubbliche (25 ore)

CFU 5

Argomenti: Obiettivi e peculiarità delle pubbliche relazioni; le attività di lobbying, public affairs e investor relation; immagine istituzionale e prevenzione delle crisi; pubbliche relazioni in un mondo che cambia: dai modelli del passato a quelli del futuro; Comunicazione Business to Business (dott.ssa Simona Menghini; dott.ssa Barbara Ghirimoldi).

Responsabili:

MENGHINI SIMONA
GHIRIMOLDI BARBARA
LANCIONI TARCISIO
BERTETTI PAOLO

L'organizzazione di eventi (10 ore)

CFU 2

Argomenti: L'event marketing: sponsorizzazioni, grandi eventi, eventi speciali, il museo di impresa (prof.ssa Simona Biancalana)

Responsabili:

BIANCALANA SIMONA
GHIRIMOLDI BARBARA
LANCIONI TARCISIO
BERTETTI PAOLO

Comunicazione digitale (10 ore)

CFU 2

Argomenti: Breve storia del WWW; Principi di usabilità nel contesto del rapporto azienda/web-designer; Interfacce e nuovi dispositivi di visualizzazione dell'informazione; Branding online: la costruzione della marca nei media interattivi (Prof. Carlos Scolari)

Responsabili:

SCOLARI CARLOS
GHIRIMOLDI BARBARA
LANCIONI TARCISIO
BERTETTI PAOLO

Introduzione ai media sociali per la comunicazione d'impresa (5 ore)

CFU 1

Argomenti: Genesi e applicazioni alla comunicazione d'impresa del web 2.0 e dei media sociali in rete; social networks, pubblicità di prossimità, corporate blogging, messaggi virali (Prof. Mattia Miani)

Responsabili:

MIANI MATTIA
GHIRIMOLDI BARBARA
LANCIONI TARCISIO
BERTETTI PAOLO

La comunicazione di impresa nella società del Web 2.0 (5 ore)

CFU 1

Argomenti: New media; crowdsourcing; peer to peer; economia partecipativa e nuovi modelli di business nella società dell'informazione (prof. Adam Arvidsson)

Responsabili:

ARVIDSSON ADAM
GHIRIMOLDI BARBARA
LANCIONI TARCISIO
BERTETTI PAOLO

Il web marketing e la comunicazione on line (15 ore)

CFU 3

Argomenti: Il marketing della rete; advertising and customer relationship management on line; studio di un caso ed esercitazione (prof.ssa Barbara Aquilani; prof. Andrea Polo)

Responsabili:

AQUILANI BARBARA
POLO ANDREA
LANCIONI TARCISIO
BERTETTI PAOLO

Laboratorio di materiali di comunicazione e promozione (15 ore)

CFU 1

Argomenti: Competenze necessarie alla progettazione, realizzazione, redazione e verifica di comunicati stampa, e-mail, dossier, report in azienda, materiali below the line, manifesti. Verranno forniti, oltre a indicazioni teoriche, anche casi di studio ed esempi pratici da analizzare e da modificare all'interno di esercitazioni (prof. Alessandro Lovari)

Responsabili:

LOVARI ALESSANDRO

POLO ANDREA

LANCIONI TARCISIO

BERTETTI PAOLO

Laboratorio di comunicazione linguistica e public speaking (15 ore)

CFU 1

Argomenti: 1) L'arte di parlare in pubblico; attività di coaching all'interno di esercitazioni pratiche; 2) Descrizione della terminologia di settore, redazione di lettere e documenti tecnici in lingua inglese (prof. Giovanni Manetti; prof. Giuseppe Segreto; prof. Allen Montrasio)

Responsabili:

MANETTI GIOVANNI

SEGRETO GIUSEPPE

MONTRASIO ALLEN

BERTETTI PAOLO

Laboratorio di tecnologie per la comunicazione e progettazione e produzione grafica (25 ore)

CFU 2

Argomenti: La convergenza digitale. Internet, web radio, digitale terrestre, set-top-box, wi-fi, umts hanno cambiato il modo di comunicare. Rischi e opportunità per le aziende nel nuovo millennio. Dallo studio del logo all'immagine coordinata aziendale (prof. Maurizio Masini; prof. Alessandro Dei)

Responsabili:

MASINI MAURIZIO

SEGRETO GIUSEPPE

MONTRASIO ALLEN

BERTETTI PAOLO

Case histories aziendali (45 ore)

CFU 3

Argomenti: 1) La responsabilità sociale di impresa. Il caso Nokia (5 ore, dott.ssa Zezza); 2) Glocal: la comunicazione di un brand multinazionale in una realtà locale. Il caso MTV (5 ore, dott. Mariani); 3) Il piano di comunicazione integrato. Il caso Nike (5 ore, dott. Fagnani); 4) Il caso Gambero Rosso: da inserto giornalistico a gruppo multimediale (5 ore, dott. Bolasco); 5) Il fund raising e il marketing nel terzo settore: il caso Save the Children (4 ore, dott.ssa Daniela Fatarella); 6) La comunicazione nel settore farmaceutico: il caso Novartis (3 ore, dott.ssa Valentina Biagini; dott.ssa Eleonora Vannuccini); 7) La gestione del processo creativo in una agenzia di pubblicità (3 ore, dott. Giampiero Cito); 8) La pubblicità on line (5 ore, prof. Giuseppe Accardi); 9) La comunicazione finanziaria: strategie e strumenti. Il caso Monte dei Paschi di Siena (5 ore, dott. David Rossi); 10) Rivitalizzazione di un brand ed evoluzione della sua percezione. L'esperienza di Unilever (5 ore, dott. Edoardo Freddi)

Responsabili:

ZEZZA RICCARDA

FAGNANI CRISTIANO

MARIANI SAURO

BIAGINI VALENTINA

Stage previsto –

CFU 10

Responsabili Stage:

MANETTI GIOVANNI

6. Le attività di stage saranno definite da un'apposita programmazione ad opera del Collegio dei Docenti.

Art. 9

Verifica finale

1. La verifica finale, che conferirà n. 10 CFU, consisterà in una discussione di una tesi.
2. Il risultato della verifica finale dovrà essere sintetizzato in uno dei seguenti giudizi: insufficiente/sufficiente/buono/distinto/ottimo.

Art. 10

Rilascio del titolo

1. Come stabilito all'art. 7 del Regolamento sui Master universitari dell'Università degli Studi di Siena, il titolo di Master universitario viene rilasciato, a seguito della certificazione della conclusione dei corsi, a firma del Coordinatore del Master universitario, del Direttore Amministrativo e del Rettore dell'Università degli Studi di Siena.

2. Il rilascio della certificazione conclusiva è subordinata ad apposita richiesta da effettuarsi su modulo disponibile presso l'Ufficio Formazione e Post Laurea. I diplomi e gli attestati rilasciati dall'Università degli studi di Siena sono soggetti al pagamento di un contributo così come previsto dall'art. 8 comma 6 del Regolamento per la determinazione delle tasse e dei contributi universitari.

Art. 11

Modifiche al bando

1. La comunicazione agli aventi diritto di eventuali modifiche del presente bando, approvate dal competente Consiglio di Facoltà, sarà a carico della Direzione del Master.

Art. 12

Trattamento dei dati personali

1. Ai sensi del D.Lgs 30.06.2003 n. 196, i dati personali forniti dai candidati saranno raccolti presso l'Università degli Studi di Siena – Area servizi agli studenti - per le finalità di gestione dell'ammissione e saranno trattati anche successivamente alla eventuale iscrizione al Master universitario, per finalità inerenti e conseguenti alla gestione del rapporto medesimo.

2. L'interessato gode dei diritti previsti dall'art. 7 del citato D.Lgs tra i quali figura il diritto di accesso ai dati che lo riguardano.

3. Tali diritti potranno essere fatti valere nei confronti dell'Università degli Studi di Siena - Via Banchi di Sotto n.55 - Siena, titolare del trattamento.

Art. 13

Norme finali

1. Per quanto non previsto nel presente bando si fa riferimento al Regolamento sui Master universitari ed alle normative e disposizioni interne dell'Università degli Studi di Siena oltre che alla normativa nazionale di settore.