



Area Servizi agli Studenti
Divisione Corsi di III livello

D.R. Rep. 1311 / 2012

Pr. N. 43231 / 1115
20/03/2012

IL RETTORE

- Visto il Decreto Ministeriale del 22 ottobre 2004 n. 270 (*Modifiche al regolamento recante norme concernenti l'autonomia didattica degli atenei, approvato con decreto del Ministro dell'università e della ricerca scientifica e tecnologica 3 novembre 1999, n. 509*) ed in particolare l'art.3 comma 9;
- Visto il Decreto interministeriale MIUR e Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione del 9 luglio 2009 concernente l'equiparazione tra le lauree universitarie delle classi di cui ai decreti ministeriali 4 agosto 2000 e 2 aprile 2001 e le lauree universitarie delle classi di cui ai decreti ministeriali 16 marzo 2007 e 19 febbraio 2009;
- Visto il Decreto interministeriale MIUR e Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione del 9 luglio 2009 concernente l'equiparazione tra i diplomi di laurea di cui agli ordinamenti non ancora riformulati ai sensi del D.M. 509/99, conferiti dalle università statali e da quelle non statali riconosciute per rilasciare titoli aventi valore legale, e le lauree specialistiche delle classi di cui ai decreti ministeriali 28 novembre 2000, 2 aprile 2001 e 12 aprile 2001 e le lauree magistrali delle classi di cui ai decreti ministeriali 16 marzo 2007 e 8 gennaio 2009;
- Vista la Legge 30 dicembre 2010 n. 240, recante le norme in materia di organizzazione delle università, di personale accademico e reclutamento, nonché delega al Governo per incentivare la qualità e l'efficienza del sistema universitario;
- Visto il Decreto interministeriale MIUR e Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione del 11 novembre 2011 concernente l'equiparazione dei diplomi delle scuole dirette a fini speciali, istituite ai sensi del DPR n. 162/1982, di durata triennale, e dei diplomi universitari, istituiti ai sensi della Legge n. 341/1990, della medesima durata, alle lauree ex DM 509/1999 e alle lauree ex DM 270/2004, ai fini della partecipazione ai concorsi pubblici;
- Vista la Legge del 12 novembre 2011 n. 183 recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2012)" in particolare l'art. 15 comma 1;
- Visto lo Statuto dell'Università degli Studi di Siena, emanato con D.R. n. 746 del 31 ottobre 1994, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 22 novembre 1994 e successive modificazioni e integrazioni, nelle more delle disposizioni attuative del nuovo Statuto emanato con D.R. n. 164/2012 del 7 febbraio 2012, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 49 del 28 febbraio 2012;
- Visto il Regolamento didattico di Ateneo dell'Università degli Studi di Siena emanato con D.R. n. 1284/2008-09 del 6 maggio 2009;

DECRETA

Art. 1

Oggetto del bando

1. L'Università degli Studi di Siena istituisce, per l'A.A. 2012/2013, il Corso di perfezionamento scientifico e 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) della Facoltà di LETTERE E FILOSOFIA.

2. Il Master fornisce le conoscenze teoriche e pratiche necessarie ad operare nel settore della comunicazione istituzionale e d'impresa. Obiettivo del Corso è la formazione di figure professionali che siano in grado di seguire tutte le fasi dei processi di marketing e comunicazione all'interno di imprese, organizzazioni non profit, pubbliche amministrazioni, società di consulenza. Le attività formative si avvalgono dell'esperienza del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università di Siena, uno dei primi attivati in Italia nel 1992, del contributo di docenti provenienti da altri dieci prestigiosi atenei nazionali ed esteri e dell'apporto di professionisti di primo piano che operano all'interno di imprese e società di consulenza. Pensiero strategico, capacità di analisi dei fenomeni sociali, cultura di impresa, padronanza delle teorie e delle tecniche di comunicazione da implementare all'interno dello scenario mediatico contemporaneo sono le basi su cui il Master intende formare i futuri professionisti della comunicazione. Per questo vengono fornite le competenze necessarie a progettare, realizzare e valutare tutte le attività inerenti al marketing, alla pubblicità, alle pubbliche relazioni; ad approfondire la conoscenza del consumatore, monitorando costantemente il mercato, interpretandone le tendenze attuali e le prospettive future; ad analizzare le caratteristiche e l'evoluzione dei diversi mezzi di comunicazione; ad elaborare strategie ed azioni che permettano alle imprese di sfruttare le opportunità di business legate al nuovo contesto digitale, integrando strumenti quali i social media, la pubblicità di prossimità o il mobile marketing all'interno di strategie di comunicazione integrata; a coordinare la messa in atto di sponsorizzazioni ed organizzazione di eventi.

3. Referenti per l'organizzazione e la didattica del Master universitario:

Dott. Paolo Bertetti e Dott. Giuseppe Segreto Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Via Roma 56, 53100 - Siena Tel: 0577.234775 Fax: 0577.234754 e. mail: info@mastercomunicazioneimpresa.it.
Sito web del Master universitario www.mastercomunicazioneimpresa.it.

Art. 2

Requisiti

1. Per l'ammissione al Master universitario è richiesto il possesso di uno dei seguenti requisiti:

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

2. I suddetti requisiti dovranno essere posseduti 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 indicata al successivo art. 3 comma 1, può iscriversi con riserva al master universitario prescelto entro tale termine indicando nella dichiarazione sostitutiva di certificazioni la data presunta della laurea.

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 dandone comunicazione scritta alla Divisione Corsi di III livello.

Per difetto dei requisiti prescritti la Divisione Corsi di III livello potrà disporre, in qualsiasi momento e con provvedimento motivato, l'esclusione dall'ammissione al Master universitario.

3. Il numero dei posti previsti per l'accesso al Master è stabilito in un minimo di 15 ed un massimo di 30.

Sono previsti, inoltre, numero massimo di 5 posti in sovrannumero per cittadini stranieri.

4. 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.

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

6. Il Master universitario è gestito con il sostegno di Intarget Group Srl milc srl, Text 100 S.r.l., Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., Fondazione Sistema Toscana, Med-use SRL.

Art. 3

Presentazione delle domande

1. La domanda di ammissione, redatta in carta semplice secondo il fac-simile (modulistica ammissione), dovrà essere indirizzata al Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Siena e dovrà essere presentata o spedita **entro il termine perentorio del 21 novembre 2012** con una delle seguenti modalità:

- consegna alla Divisione Corsi di III livello i cui recapiti sono disponibili alla pagina web <http://www.unisi.it/didattica/corsi-post-laurea/master-universitari> ;

- 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 al Master in Comunicazione di Impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie"**).

2. Per le domande presentate direttamente farà fede la ricevuta rilasciata dalla Divisione Corsi di III livello 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 alla Divisione Corsi di III livello (<http://www.unisi.it/didattica/corsi-post-laurea/master-universitari>).

6. Alla domanda di ammissione i candidati dovranno produrre i seguenti documenti:

- 1 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 oltre che dei dati del diploma di scuola media superiore;
- 2 curriculum vitae et studiorum
- 3 eventuali pubblicazioni
- 4 eventuale abstract della tesi di laurea
- 5 eventuali altri titoli
- 6 Eventuali autocertificazioni di attestati di livello intermedio o superiore di conoscenza delle lingue straniere; eventuali documenti (contratti, lettere del datore di lavoro, buste paga ecc.) attestanti esperienze di lavoro nell'ambito delle materie di interesse del Master;
- 7 eventuali autocertificazioni di attestati di diploma e di qualifica professionale, diplomi di master, attestati di dottorato di ricerca, diplomi di specializzazione.
- 8 copia di un documento di identità personale in corso di validità;
- 9 copia del codice fiscale;
- 10 copia del permesso di soggiorno per i cittadini non comunitari di cui all'art. 4 comma 1.

Con l'entrata in vigore dal 1° gennaio 2012 dell'articolo 15 della Legge 183/2011 le amministrazioni non possono più accettare certificazioni rilasciate da altre Pubbliche Amministrazioni o da gestori di pubblici servizi in ordine a stati, qualità personali e fatti. I certificati sono sempre sostituiti dalle dichiarazioni sostitutive di certificazione o dall'atto di notorietà.

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 la Divisione orientamento e diritto alla studio – 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. **I candidati comunitari ed equiparati** in possesso di titoli conseguiti all'estero dovranno presentare questi ultimi allegati alla domanda di ammissione debitamente perfezionati dalle Rappresentanze Italiane competenti per territorio nel paese al cui ordinamento appartiene l'Istituzione che ha rilasciato il titolo. Detti titoli dovranno essere tradotti in lingua italiana, autenticati, legalizzati e muniti delle previste dichiarazioni di valore.

I candidati non comunitari residenti all'estero dovranno presentare la domanda di ammissione unitamente ad una copia dei titoli conseguiti all'estero, della quale l'Università degli Studi di Siena si riserva di richiedere al candidato una traduzione.

2. All'atto dell'iscrizione dovranno essere allegati **gli originali dei titoli di studio** (tradotti, autenticati, legalizzati e muniti delle previste dichiarazioni di valore) perfezionati dalle Rappresentanze Italiane competenti per territorio, pena il non perfezionamento dell'iscrizione.

Per i cittadini non comunitari è fatto obbligo, inoltre, presentare copia della ricevuta dell'istanza di permesso di soggiorno o copia del permesso di soggiorno in corso di validità.

I cittadini non comunitari residenti all'estero dovranno presentare anche copia del passaporto con specifico visto d'ingresso per motivi non turistici.

3. La Divisione Corsi di I e II livello provvederà al controllo verificando tutta la documentazione prodotta e la conformità alla normativa vigente.

4. Le disposizioni per l'accesso al corso dei candidati di cittadinanza straniera e per i comunitari in possesso di titolo accademico conseguito all'estero sono reperibili alla pagina web del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca <http://www.istruzione.it/web/universita/studenti-stranieri>.

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 20/45
- Diplomi o attestati di specializz. e qualificazione Profess. 5/45
- Ulteriori titoli 20/45

La valutazione dei curricula si svolgerà il giorno 04/12/2012.

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 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. La Divisione Corsi di III livello procederà ad inviare a ciascun candidato, ammesso al Master universitario, apposita comunicazione con una delle seguenti modalità: a mezzo posta o e-mail o telegramma o fax.

2. La pratica di iscrizione dovrà essere perfezionata facendo pervenire alla Divisione Corsi di III livello 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 dalla Divisione Corsi di III livello, reso legale con marca da bollo dell'importo previsto dalla normativa vigente;
- ricevuta dell'avvenuto pagamento della tassa di iscrizione;
- copia di un documento di riconoscimento in corso di validità.

Il definitivo perfezionamento dell'iscrizione è condizionato dalla verifica del possesso dei requisiti di accesso al Master universitario. Fino a tale momento l'iscrizione è da intendersi sottocondizione.

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 **30/04/2013**, la cui copia dovrà essere consegnata o fatta pervenire alla Divisione Corsi di III livello i cui recapiti sono disponibili alla pagina web <http://www.unisi.it/didattica/corsi-post-laurea/master-universitari>, 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.

7. E' previsto il conferimento di rimborsi della tassa di iscrizione, considerati al lordo percipiente, 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 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 Vice Coordinatore, anch'esso 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 20%

delle attività di stage, tirocini e didattica frontale.

2. Il Master universitario avrà inizio nel mese di gennaio 2013 e termine nel mese di dicembre 2013.

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. I corsi si terranno in lingua: Italiano e inglese.

Vengono individuate all'interno del percorso formativo le seguenti aree disciplinari:

Comunicazione, media, impresa, pubblica opinione

CFU= 6

Responsabili:

MANETTI GIOVANNI

BOLDRINI MAURIZIO

GIOMI ELISA

Attività formative:

Introduzione alla Comunicazione CFU= 2 (M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi)

Teorie e modelli della comunicazione CFU= 1 (M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi)

Linguaggi e strumenti della comunicazione di massa CFU= 1 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Introduzione al Marketing CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Teorie dell'opinione pubblica e newsmaking CFU= 1 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Corporate Communication

CFU= 2

Responsabili:

MAZZEI ALESSANDRA

Attività formative:

La definizione di comunicazione d'impresa secondo un approccio multidisciplinare; la gestione delle relazioni con gli stakeholder; la comunicazione per il brand management; l'ascolto degli stakeholders CFU= 2 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Comunicazione interna e relazioni organizzative: dall'ascolto alla generazione di valore

CFU= 2

Responsabili:

MAZZEI ALESSANDRA

Attività formative:

Definizione di comunicazione interna in termini di risorse intangibili; le relazioni organizzative: dinamiche e generazione di conoscenza e di alleanza attiva; i comportamenti di comunicazione proattivi; l'ascolto interno; casi ed esercitazioni CFU= 2 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Il marketing

CFU= 9

Responsabili:

AQUILANI BARBARA

TORRISI GAETANO

Attività formative:

Introduzione al modulo CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Il Piano di marketing CFU= 3 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)
Economie e costi del marketing CFU= 3 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)
Studio di un caso ed esercitazione CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)
Positioning e ciclo di vita del brand. Il caso Unilever CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

La pubblicità

CFU= 10

Responsabili:

MANETTI GIOVANNI

BERTETTI PAOLO

CERIANI GIULIA

Attività formative:

Il branding CFU= 2 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Management della pubblicità CFU= 2 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Analisi del discorso pubblicitario CFU= 2 (M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi)

Identità visiva e valori di consumo CFU= 1 (M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi)

La disciplina della pubblicità commerciale CFU= 1 (IUS/01 - diritto privato)

Media Planning CFU= 1 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Le indagini di mercato e la risoluzione dei problemi di posizionamento e comunicazione CFU= 1 (M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi)

Le relazioni pubbliche

CFU= 6

Responsabili:

Gennaro Nastri

Attività formative:

Strategic management and public segmentation CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Obiettivi e peculiarità delle pubbliche relazioni; immagine istituzionale e prevenzione delle crisi; pubbliche relazioni in un mondo che cambia: dai modelli del passato a quelli del futuro CFU= 3 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Comunicazione Business to Business CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Fare PR su Internet. L'esperienza di Hagakure CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Event management

CFU= 2

Responsabili:

PATTUGLIA SIMONETTA

Attività formative:

Gli eventi e il marketing innovativo: branding, co-marketing, customer relationship management; Tipologie di eventi e caratteri principali di un evento: fasi, funzioni, visione, obiettivi strategici e comunicativi, consenso e brand reputation. CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Marketing con gli eventi e marketing degli eventi. Il prodotto-evento, segmentazione e dimensionamento della domanda, prezzo, distribuzione e comunicazione; Le sponsorship; Le partnership CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Media digitali, società postmoderna e web 2.0

CFU= 4

Responsabili:

BOCCIA ARTIERI GIOVANNI

ARVIDSSON ADAM

Attività formative:

I linguaggi del web sociale; principi di convergenza culturale; culture partecipative e dinamiche di engagement; Il senso della posizione nella comunicazione e il mutamento dei linguaggi di marketing
CFU= 3 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

La comunicazione di impresa nella società del Web 2.0: crowdsourcing, peer to peer, economia partecipativa e nuovi modelli di business nella società dell'informazione. CFU= 1 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Social media marketing, Web Marketing, Comunicazione on line

CFU= 9

Responsabili:

SCOLARI CARLOS

PASQUINI JACOPO

Attività formative:

Introduzione alla comunicazione digitale: breve storia del WWW, principi di usabilità nel rapporto azienda/web-designer, media ecology, transmedia storytelling. CFU= 2 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Social media per la comunicazione corporate e di marketing CFU= 2 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Strategie e tecniche di web marketing CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Strategie di ingaggio 2.0 CFU= 2 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Web & Mobile UX CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

E-commerce e web communication CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

"Progettare per comunicare": Sistemi e Tecnologie per la comunicazione

CFU= 3

Responsabili:

MASINI MAURIZIO

Attività formative:

Il modulo si prefigge l'obiettivo di illustrare le potenzialità della multimedialità e della multicanalità nella comunicazione. Oltre a indicazioni teoriche, verranno presentati casi di studio ed esempi pratici da esaminare tramite esercitazioni. CFU= 3 (ING-INF/05 - sistemi di elaborazione delle informazioni)

Laboratorio di comunicazione linguistica e public speaking; Comunicazione linguistica e interculturale

CFU= 1

Responsabili:

MANETTI GIOVANNI

SEGRETO GIUSEPPE

Attività formative:

L'arte di parlare in pubblico; attività di coaching all'interno di esercitazioni pratiche; Comunicazione linguistica e interculturale. CFU= 1 (M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi)

Laboratorio di materiali di comunicazione e promozione

CFU= 1

Responsabili:

LOVARI ALESSANDRO

Attività formative:

Progettazione, realizzazione, redazione e verifica di artefatti comunicativi (report, materiali below the line, manifesti, pieghevoli). Verranno forniti, oltre a indicazioni teoriche, case studies ed esempi pratici da analizzare tramite esercitazioni. CFU= 1 (SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi)

Laboratorio di web design

CFU= 0,7

Responsabili: SCARZELLA GIOVANNI

Attività formative:

Laboratorio di web design CFU= 0,66 (ICAR/13 - disegno industriale)

Laboratorio di progettazione e produzione grafica

CFU= 1

Responsabili:

DEI ALESSANDRO

Attività formative:

Dallo studio del marchio all'immagine coordinata aziendale CFU= 1 (ICAR/17 - disegno)

Laboratorio di marketing one-to-one

CFU= 0,67

Responsabili:

MANETTI GIOVANNI

Attività formative:

Marketing one-to-one CFU= 0,67 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Incontro di orientamento al lavoro

CFU= 0,66

Responsabili:

PIERI MARZIA

Attività formative:

Incontro di orientamento al lavoro CFU= 0,66 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Incontri di orientamento alla creazione di impresa

CFU= 0,67

Responsabili:

ACCARDI GIUSEPPE

Attività formative:

Come nasce una start-up. CFU= 0,33 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

I trend della comunicazione digitale e il legame con le start-up CFU= 0,34 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Case histories e incontri con professionisti

CFU= 2,3

Responsabili:

FAGNANI CRISTIANO

ZEZZA RICCARDA

Attività formative:

Il piano di comunicazione integrato. Il caso Nike CFU= 0,2 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Il marketing e la comunicazione dell'enogastronomia. Il caso Slowfood CFU= 0,2 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

La gestione del processo creativo in una agenzia di pubblicità CFU= 0,2 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Social Media experiences: i casi "Nel Mulino che Vorrei" e "Barilla" CFU= 0,1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

L'ufficio stampa tra vecchi e nuovi media. Il caso Amazon Italia CFU= 0,1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Principi, dinamiche, conflitti e strategie della comunicazione nelle imprese; Il caso di Pitti Immagine CFU= 0,3 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Il fund raising e il marketing nel terzo settore: il caso Save the Children CFU= 0,2 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Il non-marketing e la web reputation CFU= 0,2 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Marketing turistico e web communication. Il brand Toscana CFU= 0,2 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Business as "unusual". La rivoluzione sociale della comunicazione CFU= 0,3 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Experience Marketing CFU= 0,3 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Stage

CFU= 12

Responsabili Stage:

MANETTI GIOVANNI

Giunto alla sua sesta edizione, il Master promuove l'inserimento nel mondo del lavoro dei propri allievi grazie ad una fitta rete di relazioni che, negli anni, sono state consolidate con i responsabili delle aree "Risorse umane", "Comunicazione" e "Marketing" di imprese, agenzie di comunicazione, società di consulenza, organizzazioni non profit, enti pubblici. Una tale rete permette 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 dell'allievo. Questo permette di creare le condizioni ideali per mettere alla prova le competenze acquisite dagli iscritti nell'ambito 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 ai docenti del Master.

Le attività di stage saranno definite da un'apposita programmazione ad opera del Collegio dei Docenti
6. Sono previste all'interno del master le seguenti prove di verifica: Test a risposta chiusa

Art. 9

Verifica finale

1. La verifica finale, che conferirà n. 7 CFU, consisterà in una discussione di una tesi.
2. Il risultato della verifica finale dovrà essere sintetizzato in uno dei seguenti giudizi: 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, agli iscritti che hanno svolto le attività ed adempiuto agli obblighi previsti, è subordinata ad apposita richiesta da effettuarsi su modulo disponibile presso la Divisione Corsi di III livello. I diplomi e gli attestati rilasciati dall'Università degli studi di Siena sono soggetti al pagamento di un contributo così come previsto dal Regolamento per la determinazione delle tasse e dei contributi universitari.

Art. 11

Modifiche al bando

1. Eventuali variazioni al presente bando saranno rese note mediante affissione all'albo on-line di Ateneo (www.unisi.it) e sulle specifiche pagine web di Ateneo del post lauream.
2. La comunicazione agli aventi diritto di eventuali modifiche del presente bando sarà a carico della Direzione del Master universitario.

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.

Siena,

19 SET. 2012



3/12