



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

AREA SERVIZI ALLO STUDENTE
DIVISIONE CORSI III LIVELLO

D.R. Rep. N. 1597/2013
Pr. N. 35939 M/S
18/10/2013

MODIFICHE AL DECRETO RETTORALE N. n. 946/2013 del 27.06.2013

IL RETTORE

- Visto il proprio decreto n. 946/2013 del 27.06.2013 con il quale viene istituito per l'A.A. 2013/2014 il Master universitario di I livello in "Comunicazione di Impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie";
- Vista la richiesta del 12.09.2013 della Prof. Giovanni Manetti, docente proponente del master universitario, per alcune modifiche al bando del Master universitario di I livello in "Comunicazione di Impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie"- A.A. 2013/2014;
- Vista la delibera del Dipartimento di Scienze Sociali Politiche e Cognitive del 25.09.2013 con cui vengono accolte le modifiche alla scheda del Master universitario di I livello in "Comunicazione di Impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie", A.A. 2013/2014;
- Vista la nota del 01.10.2013 del Prof. Alberto Baccini, Presidente del Nucleo di Valutazione, con cui prende atto delle variazioni proposte;
- Considerata l'urgenza

DECRETA

ART. 1

L'art. 3 comma 1 del Decreto Rettoriale n. 946/2013 del 27.06.2013 è sostituito con il seguente testo:

"1. La domanda di ammissione, deve essere effettuata dal giorno 8 luglio 2013 ed entro e non oltre le ore 12,00 del giorno 2 dicembre 2013 esclusivamente online tramite il sito internet <https://segreteriaonline.unisi.it> dell'Università degli Studi di Siena secondo le istruzioni indicate nelle pagine stesse".

ART. 2

L'art. 5 comma 2 del Decreto Rettoriale n. 946/2013 del 27.06.2013 è sostituito con il seguente testo:

"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:

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

La valutazione dei curricula si svolgerà il giorno 16/12/2013".



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

ART. 3

L'art. 8 comma 5 del Decreto Rettorale n. 946/2013 del 27.06.2013 è sostituito con il seguente testo:
"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, GIOMI ELISA e BOLDRINI MAURIZIO

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 e TORRISI GAETANO

Attività formative:

Studio di un caso ed esercitazione CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Il Piano di marketing CFU= 4 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

Economie e costi del marketing CFU= 3 (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: CERIANI GIULIA ADRIANA e BERTETTI PAOLO

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)



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

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: NASTRI GENNARO

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; Case histories CFU= 1 (SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese)

LINGUAGGI DEL WEB SOCIALE

CFU= 4

Responsabili BOCCIA ARTIERI GIOVANNI

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

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)



UNIVERSITÀ DI SIENA

1240

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, MONTRASIO ALLEN e 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: da assegnare

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



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

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 e D'OTTAVI ALBERTO

Attività formative:

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

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

CASE HISTORIES E INCONTRI CON PROFESSIONISTI

CFU= 2,3

Responsabili: FAGNANI CRISTIANO e 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 marketing ed eventi: i casi di "Sky factchecking" (eventi media) e "Cinecittà Si Mostra" (eventi culturali) 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 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 PREVISTO

CFU= 12

Responsabili Stage: MANETTI GIOVANNI

Giunto alla sua ottava 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



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

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".

Resta invariato quant'altro stabilito dal Decreto Rettorale n. 946/2013 del 27.06.2013.

Il presente provvedimento sarà trasmesso alla ratifica del Senato Accademico e del Consiglio di Amministrazione in occasione della prima seduta utile.

Siena,

15 OTT. 2013

Visto del Responsabile del Procedimento

Visto del Direttore Amministrativo

IL RETTORE

