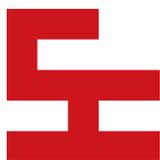




Università di Cagliari  
Facoltà di Studi Umanistici



Scienze della  
Comunicazione



Management  
dei prodotti  
e servizi della  
comunicazione

Anno Accademico 2014 - 2015

Promosso dall'Università di Cagliari, in collaborazione con enti e imprese del territorio regionale e nazionale, il master ha sede a Cagliari e si svolgerà in modalità e-learning blended, dando l'opportunità di seguire le attività didattiche anche ai fuori sede.

Il master si propone di formare professionisti esperti nella progettazione, gestione e marketing delle principali aree dell'industria della comunicazione: editoria, giornalismo, pubblicità, management di eventi, web marketing, comunicazione pubblica e investor relations.



ULTERIORI INFORMAZIONI SU  
[www.master.com.unica.it](http://www.master.com.unica.it)



Università  
di Cagliari

Scienze della  
Comunicazione



La comunicazione è diventata la principale industria a livello globale e accompagna ormai qualunque attività produttiva e culturale: editoria, giornalismo, pubblicità, management di eventi, web marketing, comunicazione pubblica e investor relations. Per operare efficacemente in questi settori, sono necessarie competenze di ordine legale, giornalistico, economico, relazionale, pubblicitario e progettuale, unite alla capacità di avvalersi dell'ausilio e delle possibilità offerte dai vecchi e nuovi media.

Ad integrazione delle conoscenze di base acquisite all'interno di corsi di laurea, di primo o secondo livello e/o laurea vecchio ordinamento, aventi come oggetto la comunicazione nei suoi molteplici aspetti, i partecipanti al master saranno preparati per ideare, progettare e gestire le attività legate alla comunicazione che accompagnano qualunque iniziativa di sviluppo produttivo, culturale e sociale.

Per garantire la valenza professionalizzante prevista dal master, i docenti verranno reclutati principalmente nell'ambito dei settori economico produttivi e dirigenziali legati alle tematiche oggetto del corso.

### **CALENDARIZZAZIONE DELLE LEZIONI**

Il percorso formativo è articolato in:

- 300 ore di didattica (50 CFU), di cui 236 ore di attività didattica frontale, 20 ore di studio assistito (mediante gli strumenti messi a disposizione dalla piattaforma e-learning, forum, chat, compiti, wiki), 44 ore di esercitazioni;
- 200 ore di tirocinio/stage presso le istituzioni, studi e aziende che collaborano col master (8 CFU);
- 50 ore per la preparazione della prova finale (2 CFU);
- 950 ore di studio individuale.

Le attività corsuali verranno erogate in modalità e-learning blended, presso le infrastrutture della Facoltà di Studi Umanistici, in un'aula specificamente attrezzata per le esigenze didattiche legate all'e-learning (trasmissione in streaming delle lezioni, videoregistrazioni etc.).

Le lezioni si terranno, orientativamente, il giovedì pomeriggio (ore 15.00 - 20.00), il venerdì pomeriggio (ore 15.00 - 20.00) e il sabato mattina (ore 9.00 - 13.00).

### **PIANO DI STUDIO**

Le discipline previste sono:

Management e marketing, comunicazione visiva ed editoria digitale, gestione della comunicazione interpersonale e comunicazione efficace, public speaking e comunicazione non verbale, servizi online, web marketing e seo, marketing della comunicazione e pubblicità, marketing territoriale, tecniche di storytelling, comunicazione e new media, processi di sviluppo di brand identity, comunicazione politica, lobbying e public affairs, progettazione e organizzazione di eventi, giornalismo, diritto dell'informazione (civile), diritto dell'informazione (penale), social media e community management.

