

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e Comunicazione d'Impresa

Denominazione insegnamento

Moda

Indicazione del docente

Bazzano Nicoletta

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento. In particolare, ha pubblicato il saggio *La donna perfetta. Storia di Barbie*, Roma-Bari, Laterza, 1998.

Settore disciplinare

M-STO/02

Posizionamento nel calendario didattico

I semestre (II anno, prima attivazione a.a. 2014-2015)

Tipologia di attività formativa

A scelta

Numero di crediti

6

Numero di ore

36

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente, tramite un'attenta rassegna della letteratura sull'argomento, dovrà acquisire una buona capacità di comprensione e di analisi della complessità del fenomeno moda, a partire dal suo primo manifestarsi fino a oggi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà essere in grado di analizzare i singoli linguaggi delle imprese della moda nonché le loro strategie di marketing.

Autonomia di giudizio

Lo studente dovrà sviluppare la capacità di risolvere i potenziali problemi derivanti dall'analisi critica del fenomeno moda.

Abilità comunicative

Lo studente dovrà acquisire buone capacità logico-comunicative, mostrandosi in grado di utilizzare vecchi e nuovi media per la veicolazione delle conoscenze acquisite.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà mostrare una buona capacità di apprendimento sia dei contenuti storici sia di quelli relativi alle strategie di mercato.

Metodologia di insegnamento

Lezione frontale, svolta con l'ausilio di supporti multimediali ed eventuale studio di casi. Indicazioni riassuntive, anche in video, e bibliografiche delle lezioni in lingua inglese saranno disponibili su siti dedicati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Esame finale orale con discussione di dissertazione scritta, al termine di un percorso segnato da prove intermedie.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Ore di ricevimento d'ufficio, possibilità di contatti mediante posta elettronica o tramite l'utilizzo delle nuove tecnologie (es. Skype). Divulgazione di eventuali materiali a supporto del corso tramite siti dedicati.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

L'insegnamento non prevede momenti di approfondimento.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e comunicazione d'impresa

Denominazione insegnamento

Diritto costituzionale comparato ed europeo

Indicazione del docente

Sciannella Lucia

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento.

Settore disciplinare

IUS/21

Posizionamento nel calendario didattico

II Semestre

Tipologia di attività formativa

A scelta

Numero di crediti

6

Numero di ore

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi**Conoscenza e capacità di comprensione**

Il corso sarà strutturato in modo da privilegiare la discussione sugli aspetti evolutivi del processo di integrazione europeo, mediante i quali sarà possibile comparare il diritto costituzionale nazionale con l'emergente patrimonio costituzionale europeo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Tramite lo svolgimento di prove pratiche e l'utilizzo dei principali strumenti informatici, lo studente dovrà approfondire le tematiche connesse all'avanzamento del processo d'integrazione comunitaria privilegiando, in particolar modo, i profili di diritto costituzionale.

Autonomia di giudizio

Attraverso un processo condiviso e riflettuto, lo studente dovrà sviluppare la capacità di analizzare sistemi giuridici complessi, di natura nazionale e sovranazionale.

Abilità comunicative

È richiesto allo studente di acquisire comprovate capacità logico-comunicative.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà mostrare una buona capacità di apprendimento dell'assetto istituzionale, del sistema delle fonti e del significativo ruolo assunto dalla Corte di Giustizia nella definizione di un "diritto costituzionale comune".

Metodologia di insegnamento

Lezione frontale, svolta con l'ausilio di supporti multimediali. Fondamentale sarà l'apporto di casi studio.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Esame finale orale o con presentazione di dissertazione scritta o di progetto di lavoro, con discussione, al termine di un percorso segnato da prove intermedie.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Ore di ricevimento d'ufficio, possibilità di contatti mediante posta elettronica o tramite l'utilizzo delle nuove tecnologie. Divulgazione di eventuali materiali a supporto del corso tramite siti dedicati.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

L'insegnamento prevede momenti di approfondimento mediante la realizzazione da parte dello studente di una prova pratica.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e Comunicazione d'Impresa

Denominazione insegnamento

Project Management

Indicazione del docente

Corsi Christian (II anno, prima attivazione a.a. 2014-2015)

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica negli argomenti dell'insegnamento. Dal 2003 titolare di insegnamenti in materie SECS P/07. Pubblicazioni specifiche in riferimento all'insegnamento, tra le altre:

C. CORSI, *Research Project Management*, in atti de XI Convegno Nazionale AIDEA Giovani, III Sessione parallela - Presidente Prof. Nicola Di Cagno, 24 – 25 marzo 2006, Montesilvano (Pe), Franco Angeli, 2007; paper pubblicato anche dal dipartimento di Scienze della Comunicazione, working paper n. 44, 2008;

C. CORSI, *Information Technology e Project Management*, in A. Teti (a cura di), *Business and Information System Analyst: il manuale del manager dell'IT*, Hoepli Editore, 2007;

C. CORSI, *Il Project Management, analisi dei modelli Hard e Soft*, Aracne, Roma, 2009, ISBN: 978-88-548-2740-0;

-C. CORSI (a cura di), *Il Project Financing per un nuovo sviluppo sostenibile del territorio*, Aracne, Roma, 2010, articolo: *Project Management e Project Financing: la gestione di progetti complessi*; ISBN: 978-88-548-3627-3.

Settore disciplinare

SECS P/07

Posizionamento nel calendario didattico

I semestre

Tipologia di attività formativa

Caratterizzante

Numero di crediti

12

Numero di ore

72

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

L'insegnamento intende illustrare le metodiche generali e della comunicazione nel Project Management, nonché le modalità per implementare una progettazione di successo, con focus particolare in tema di comunicazione progettuale.

Una prima parte del corso è incentrata sull'analisi del Project Management, nella sua definizione e nelle sue caratteristiche generali; il quadro generale è progressivamente ampliato ed approfondito con la disamina della comunicazione interna ed esterna nel Project Communication Management, tenendo conto delle principali variabili e tecniche ad esso riferibili, del complesso di soggetti coinvolti nella definizione della comunicazione progettuale, dei modelli di valutazione del project management e del multi – project management. Altresì il corso è incentrato nello sviluppo della gestione della qualità progettuale, delle tecniche di scheduling su rete e nell'analisi della catena critica nel project management. Verranno infine proposti, e confrontati con quelli tradizionali, i nuovi modelli di Project Management basati sul paradigma “soft” quali: Crawford - Pollack, Turner-Cochrane, Yeo.

Al termine del corso gli studenti dovranno dimostrare di aver acquisito le principali conoscenze in materia di Project Management e di Project Communication Management; più nello specifico gli obiettivi del corso possono essere così definiti.

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

A conclusione del corso lo studente deve aver raggiunto una conoscenza complessiva del Project Management e delle nozioni fondamentali e specifiche in tema di Project Communication Management, con particolare riferimento alle variabili, tecniche, soggetti e metodiche di valutazione ad esso riferibili. Inoltre lo studente deve aver criticamente compreso le differenze tra i modelli tradizionali di Project Management e i nuovi modelli.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

A conclusione del corso, e delle attività formative in esso proposte, lo studente deve essere in grado di implementare un approccio concreto nell'utilizzo di tecniche di Project Management, con particolare riferimento all'ambito della comunicazione progettuale.

Autonomia di giudizio (making judgements)

A conclusione dell'insegnamento lo studente deve essere in grado di valutare i processi generali e specifici di Project Management, con particolare riferimento all'ambito della comunicazione progettuale; deve quindi essere capace di sviluppare un giudizio critico e consapevole sulle tecniche di project management implementate all'interno dell'organizzazione o nell'ambito di specifici progetti, individuando, nel caso, tecniche alternative maggiormente adattabili alla fattispecie esaminata.

Abilità comunicative (communication skills)

Al termine dell'insegnamento, lo studente deve possedere un bagaglio di conoscenze teoriche e pratiche che permettano di valutare, mediante la disamina dei documenti di lavoro, il rispetto dei principi elaborati dalla dottrina afferente al Project Management, in ambito generale e nell'ambito specifico della comunicazione progettuale.

Capacità di apprendimento (learning skills)

A conclusione dell'insegnamento lo studente deve aver acquisito gli strumenti base e le nozioni fondamentali attinenti al Project Management tradizionale e quello innovativo, sia con riferimento alle realtà aziendali in generale che nell'ambito specifico della comunicazione progettuale. Deve essere altresì in grado di individuare ed approfondire ulteriormente la bibliografia più autorevole ed

accreditata in materia di Project Management, sviluppando metodologie e metodiche proprie applicabili in ambiti operativi eterogenei e diversificati.

Metodologia di insegnamento

La metodologia dell'insegnamento è basata sulla lezione frontale suddivisa in diversi moduli, e prevede l'approfondimento di tematiche specifiche per effetto di esercitazioni, lavori di gruppo, business game e role-playing

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame prevede una prova scritta ed orale finale obbligatoria per tutti gli studenti. Sono previste delle prove parziali scritte facoltative che, in caso di esito positivo, permettono di esonerare lo studente da parti del programma nell'esame finale. Le esercitazioni, i lavori di gruppi e le altre attività formative diverse dalla lezione frontale concorrono alla formazione del giudizio complessivo finale dello studente.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L'iscrizione all'esame avviene in modalità on line mediante il sito web di Ateneo. La gestione del rapporto con gli studenti prevede lo svolgimento di attività di ricevimento (due volte a settimana da settembre a luglio) e la comunicazione docente-studente tramite posta elettronica. La divulgazione di paper e materiale didattico integrativo sarà disponibile nella piattaforma e-learning di facoltà.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

All'interno dell' insegnamento, gli studenti frequentanti sono invitati a svolgere lavori di gruppo, esercitazioni su casi di studio aziendali e business game. Studio critico di paper internazionali.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e comunicazione d'impresa

Denominazione insegnamento

Psicologia della comunicazione d'impresa

Indicazione del docente

Di Giovanni Parisio

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento. Da circa 30 anni fa ricerca sulla comunicazione organizzativa, con particolare riguardo alla comunicazione interna, la qualità, la sicurezza, il knowledge management, il rendimento dei gruppi di lavoro e ha svolto attività di consulenza e action research per diverse realtà pubbliche e private, tra cui Marina Militare Italiana, Aziende Sanitarie, di altri servizi (trasporti gas, rifiuti) e produttive. Tra le pubblicazioni in quest'ambito *Economia della cortesia*, Carocci, 2008, *La razionalità in medicina*, Carocci, 2009.

Settore disciplinare

M-PSI/01

Posizionamento nel calendario didattico

II semestre

Tipologia di attività formativa

Affine

Numero di crediti

6

Numero di ore

36

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve arrivare a padroneggiare le conoscenze di base circa le dinamiche psicosociali interne all'organizzazione e dell'interazione organizzazione-ambiente, con particolare riguardo alla comunicazione, al clima organizzativo e al rapporto individuo-organizzazione. Deve anche conoscere le idee di fondo emerse nella ricerca psicologica degli ultimi decenni circa la gestione della comunicazione organizzativa, l'errore umano e la gestione del rischio, le influenze sociali sulle attività cognitive individuali, il lavoro di gruppo, le perdite di processo, la produttività, i sistemi di qualità.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente deve essere in grado di adoperare concetti schemi e modelli per analizzare problemi organizzativi (es. di clima, di lavoro di team, di comunicazione tra reparti, di front-line) e per ideare interventi imperniati in modo particolare sulle dinamiche psico-sociali e sulla comunicazione (es. reingegnerizzazione di processi con coinvolgimento degli interessati, progettazione di un house organ per fini di miglioramento organizzativo).

Autonomia di giudizio

Lo studente deve essere in grado di applicare le conoscenze apprese evitando semplificazioni euristiche e con consapevolezza della realtà umana e dell'effettivo funzionamento del mondo. Ad esempio, nell'analisi dei problemi o degli eventi avversi eviterà l'errore fondamentale di attribuzione e ricostruirà le dinamiche ambientali latenti oppure nel progettare interventi per la qualità saprà considerare pro e contro di azioni normative o autocorrettive o di total quality.

Abilità comunicative

Si cercherà di sviluppare nell'allievo soprattutto le abilità comunicative utili in ambito organizzativo, come gestione del sè, negoziazione, decentramento in situazioni difficili, autoregolazione basata su lettura delle emozioni e analisi di situazioni, conduzione di gruppi, ecc.

Capacità di apprendimento.

Il corso mira a sviluppare capacità di trovare e selezionare le informazioni che occorrono, astrarre, estrarre schemi e modelli, applicarli a contesti concreti, trasferirli a contesti analoghi e verificare la validità dei trasferimenti. Queste abilità di apprendimento sono indispensabili affinché quanto appreso diventi patrimonio concretamente e flessibilmente fruibile nel rapporto con le organizzazioni.

Metodologia di insegnamento

Accanto alle lezioni frontali sono previsti lavori di gruppo su case studies ed esercitazioni di conduzione di focus group e riunioni di progettazione di azioni di comunicazione organizzativa in contesti ipotetici.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame finale è scritto e orale, con una parte di discussione su un project work. Quest'ultima è utile per valutare in particolare le capacità di applicazione, di autonomia di giudizio e apprendimento. In itinere sono previste prove formative tese ad aggiustare il tiro della didattica, specie per quanto concerne lo sviluppo di abilità .

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Oltre che dei testi adottati lo studente potrà avvalersi di materiali appositamente predisposti messi a disposizione online o durante le attività in presenza. Il contatto col docente, al di fuori delle attività didattiche, è assicurato dai ricevimenti e dagli scambi via internet.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

Sono previste partecipazioni ad action research in corso o in alternativa elaborazioni di disegni di ricerca o attività di analisi di risultati con discussioni di gruppo

Facoltà

Scienze della comunicazione

Denominazione del Corso di laurea

Management e comunicazione di impresa

Denominazione insegnamento

Sociologia dello sviluppo

Indicazione del docente

Minardi Everardo

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche di insegnamento

A tale proposito si segnala che il docente ha condotto anche con responsabilità di direzione due progetti Prin su temi attinenti allo sviluppo locale; nonché si rimanda alla bibliografia segnalata sull'apposito sito del Cineca.

Settore disciplinare

SPS/07

Posizionamento nel calendario didattico

I semestre

Tipologia di attività formativa

A scelta

Numero di crediti

6

Numero di ore

36

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende presentare il tema disciplinare attraverso l'evidenziazione dei paradigmi di riferimento, e la loro trattazione anche in termini evolutivi, può facilitare la capacità di comprensione da parte dello studente delle implicazioni anche contemporanea del tema dello sviluppo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso intende orientare l'apprendimento da parte dello studente verso una dimensione applicativa e sperimentale dei quadri concettuali di riferimento, evidenziando il quadro di riferimento metodologico che consente l'approfondimento dell'analisi e la comprensione della complessità dei processi che insistono sullo sviluppo nella dimensione sia locale che globale.

Autonomia di giudizio

Il corso intende favorire la capacità di giudizio autonomo da parte dello studente attraverso un apprendimento che si avvale dell'approccio comparativo e di una considerazione critica dei diversi apporti teorici e metodologici sul tema oggetto del corso.

Abilità comunicative

Il corso, anche attraverso il supporto didattico offerto da un assegnista di ricerca e da un allievo di dottorato al termine del proprio percorso di formazione alla ricerca, intende favorire la dimensione dialogica e comparativa nella trattazione dei temi di analisi e di ricerca, attraverso la discussione di studi di caso e di risultati di ricerca sui diversi aspetti dello sviluppo locale.

Capacità di apprendimento

Il corso, al fine di favorire la condivisione dei suoi contenuti formativi da parte di tutti gli studenti, si svilupperà attraverso una progressione concettuale e pratico-empirica che consenta la partecipazione attiva di tutti gli studenti.

Rispetto all'insieme degli obiettivi sopra dichiarati, rimane quale problema di difficile soluzione il raggiungimento degli stessi nei confronti degli studenti non frequentanti.

Metodologia di insegnamento

Lezione frontale e 2 seminari interni (di 2 ore ciascuno) con testimoni significativi del settore

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame finale è orale, mediante discussione di un breve studio di caso realizzato dallo studente

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Nel periodo di svolgimento del corso si terrà in apposito orario il periodo di ricevimento degli studenti; in modo particolare con gli studenti non frequentanti il corso stesso

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

Il docente si avvarrà del supporto alla attività didattica svolto da un assegnista di ricerca e da un allievo del dottorato internazionale in Sociology or Regional and Local Development, in relazione a quanto previsto dal regolamento interno al dottorato stesso.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e comunicazione d'impresa

Denominazione insegnamento

Sociologia economica – modulo 1 (II anno, prima attivazione a.a. 2014-2015)

Indicazione del docente

Burroni Luigi

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento. Negli ultimi anni ha concentrato la sua attenzione su temi che rivestono un ruolo importante nella disciplina e su questi ha pubblicato numerosi articoli e volumi, tra cui Burroni L., Keune M., Meardi G. (eds. 2012) *Economy and Society in Europe. A Relationship in Crisis*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing; Burroni L., Piselli F., Ramella F. (2012) *Governare città. Beni collettivi e politiche metropolitane*, Meridiana-Libri, Donzelli; Burroni, L. Trigilia C. (a cura di, 2011) *Le città dell'innovazione in Italia*, Bologna, Il Mulino; Burroni L., Ramella F., Piselli, F. Trigilia C. (a cura di, 2009) *Città metropolitane e politiche urbane*, Firenze, Firenze University Press. Nel 2012 è stato nominato *Fellow* presso l'*Advanced Institute for Labour Studies* (AIAS) dell'Università di Amsterdam ed ha svolto lezioni e seminari su temi di sociologia economica presso l'Istituto Universitario Europeo, l'Elliott School of International Affairs della George Washington University, la Facoltà Sciences-Po di Parigi, la Facoltà di Scienze Politiche di Colonia, il Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø di Copenaghen, l'Università Autonoma di Barcellona, la Warwick Business School.

Settore disciplinare

SPS/09

Posizionamento nel calendario didattico

II semestre

Tipologia di attività formativa

Caratterizzante

Numero di crediti

6

Numero di ore

36

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

L'obiettivo del Corso è quello di formare competenze che permettano l'analisi delle caratteristiche e delle tendenze dei fenomeni socio-economici in un contesto di globalizzazione dell'economia e di trasformazione delle società. Il campo di studio è quello della sociologia economica e dell'organizzazione del lavoro. In particolare, in linea con il quadro europeo dei titoli universitari, le competenze e le abilità pratiche da acquisire sono le seguenti:

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente dovrà conoscere e padroneggiare gli strumenti necessari per l'analisi delle relazioni tra le imprese, del mercato del lavoro, del ruolo delle politiche pubbliche e private nell'economia, del ruolo e funzioni delle organizzazioni di rappresentanza degli interessi, le dinamiche organizzative all'interno dell'impresa, la gestione dei flussi comunicativi nell'impresa e tra le imprese

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Conoscenze e capacità di comprensione applicate. Lo studente dovrà essere in grado di applicare tali strumenti in contesti operativi con analisi a livello macro (nazionali e sovra-nazionali), meso (regionali) e micro (locali e aziendali) anche attraverso specifiche simulazioni in aula

Autonomia di giudizio

Lo studente dovrà essere in grado di far ricorso a banche dati in modo da poter raccogliere in modo autonomo i dati necessari per utilizzare gli strumenti analitici richiamati ai punti precedenti e poter così valutare in modo autonomo i processi socio-economici studiati.

Abilità comunicative

Lo studente dovrà migliorare la propria capacità di esporre e comunicare sui temi oggetto del corso, anche in vista del suo coinvolgimento concreto in attività comunicative. L'organizzazione del Corso prevede l'offerta di soft skills legati alla capacità di lavorare in gruppo e di comunicare in modo adeguato i risultati di tale lavoro.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà migliorare le proprie capacità di apprendimento e anche di analisi attraverso lo studio dei meccanismi e dei fattori causali che sono alla base delle trasformazioni della società e dell'economia studiate dal Corso. La metodologia adottata prevede anche l'utilizzo di forme di tutorship mirate a promuovere il confronto continuo tra docente e studente, al fine di sviluppare la capacità di apprendimento di quest'ultimo

Metodologia di insegnamento

Lezione frontale, ricorso a interventi e presentazioni da parte degli studenti su temi specifici concordati con il docente, lavori di gruppo ed esercitazioni su specifici case studies aziendali e/o territoriali. Indicazioni riassuntive, anche in video, e bibliografiche delle lezioni in lingua inglese saranno disponibili su siti dedicati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Esame orale e/o scritto

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Ricevimento frontale in presenza, tutorship e divulgazione dei materiali attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie e siti dedicati

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

L'insegnamento prevede dei lavori di gruppo mirati ad approfondire le conoscenze acquisite e a dare una connotazione più professionalizzante alle competenze degli studenti.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e comunicazione d'impresa

Denominazione insegnamento

Sociologia economica – modulo 2 (II anno, prima attivazione a.a. 2014-2015)

Indicazione del docente

Di Federico Rossella

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento. Nelle sue ricerche e pubblicazioni ha attribuito particolare attenzione al ruolo della comunicazione nell'ambito dell'attività di impresa e dei processi di sviluppo locale [*Sviluppo locale: il ruolo della partecipazione e della comunicazione*, in R. Di Federico (a cura di), Faenza: Homeless Book, E-book, 2012; *La frontiera come spazio di intelligenza, creatività ed innovazione*, in R. Di Federico, E. Minardi (a cura di), Faenza: Homeless Book, E-book, 2012; *Reti di governance e di coordinamento: il riposizionamento degli attori dello sviluppo locale*, in R. Di Federico (a cura di), Attori, Reti e Partnership per lo sviluppo locale in “Scienza dell'Amministrazione”, n°2, 2013].

Settore disciplinare

SPS/09

Posizionamento nel calendario didattico

II semestre

Tipologia di attività formativa

Caratterizzante

Numero di crediti

6

Numero di ore

36

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi*Conoscenza e capacità di comprensione*

Lo studente dovrà conoscere le principali forme dell'organizzazione d'impresa, specie di quelle più idonee ad affrontare l'attuale contesto socio-economico knowledge-intensive; inoltre, dovrà acquisire gli strumenti della comunicazione interna all'impresa ed in questo ambito approfondire gli approcci più significativi nella gestione delle risorse umane

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà essere in grado di utilizzare concetti, schemi e modelli appresi durante le lezioni per diagnosticare problemi organizzativi, di rapporto organizzazione/ambiente interno-esterno, di gestione del personale. A tal proposito verranno presentati casi di studio e realizzati work-project

Autonomia di giudizio

Lo studente dovrà essere in grado di cogliere la complessità dell'organizzazione d'impresa, della comunicazione interna e di comprendere gli impatti che le attività d'impresa producono sui propri stakeholder, interni ed esterni. Dovrà essere in grado anche di trovare, per i problemi di management del personale, specialmente se multiculturale, soluzioni concrete, efficaci, funzionali ad anticipare possibili conflitti futuri.

Abilità comunicative

Lo studente dovrà possedere una specifica capacità di integrazione e comunicazione degli approcci teorici acquisiti e delle esperienze maturate attraverso la didattica attiva: lavori di gruppo o individuali, discussioni, redazioni di report.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà sviluppare le capacità di astrazione e ragionamento mediante le quali trasformare le informazioni acquisite e le esperienze maturate durante le lezioni in conoscenze che andranno a contribuire allo sviluppo di competenze concretamente spendibili sul mercato del lavoro.

Metodologia di insegnamento

Le lezioni frontali, svolte in lingua italiana, verranno supportate dall'utilizzo di strumenti multimediali, impiegati anche per analizzare casi di studio, effettuare esercitazioni/simulazioni.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame finale avverrà in forma orale sul programma trattato e su project work/paper realizzati durante lo svolgimento del corso, su temi di interesse degli studenti. Sono previste verifiche di profitto in itinere.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Le giornate di ricevimento studenti avverranno nello studio del docente, a cadenza settimanale e nelle giornate indicate nel sito d'Ateneo, o per via telematica (e-mail, Skype) a seconda delle richieste. Nel semestre di insegnamento il ricevimento avverrà anche prima e dopo le lezioni.

I materiali del corso, che includono dispense del docente, letture aggiuntive, link di interesse saranno disponibili su siti dedicati.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

Durante l'attività didattica, con la supervisione del docente, verranno organizzati gruppi di lavoro di studenti per lo svolgimento di attività di ricerca su temi che gli stessi studenti segnaleranno in base ai loro interessi e coerentemente agli obiettivi formativi del corso di insegnamento. Il prodotto di tali attività di ricerca saranno paper, a cura degli studenti, oggetto discussione in classe e di presentazione in sede di esame finale.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e Comunicazione d'Impresa

Denominazione insegnamento

Produzione artistica e musicale – modulo 2

Indicazione del docente

Morselli Raffaella

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento.

Settore disciplinare

L-ART/02

Posizionamento nel calendario didattico

I semestre

Tipologia di attività formativa

Affine

Numero di crediti

6

Numero di ore

36

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente, tramite un'attenta rassegna dei principali episodi artistici che hanno segnato la storia dell'arte italiana tra il XV e il XIX secolo, la presentazione delle principali metodologie applicate alla conoscenza della storia dell'arte, nonché una casistica specifica su problemi di musealizzazione del territorio e di gestione e conservazione dei beni culturali, dovrà acquisire una buona capacità di comprensione e di analisi della complessità dei fenomeni artistici e della loro gestione. Egli dovrà, inoltre, conoscere i principali mezzi che rendono possibile la comprensione dei manufatti artistici, la loro conservazione, e i più importanti strumenti, appartenenti sia al campo dei vecchi che dei nuovi media, di divulgazione scientifica delle conoscenze storiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Tramite lo svolgimento di prove pratiche e l'utilizzo dei media, lo studente dovrà essere in grado di tradurre in linguaggi adeguati alle nuove tecnologie argomenti tradizionalmente riservati alla divulgazione di tipo tradizionale.

Autonomia di giudizio

Lo studente dovrà sviluppare la capacità di risolvere i potenziali problemi derivanti dall'analisi critica dei manufatti artistici e degli strumenti che consentono la loro divulgazione.

Abilità comunicative

Lo studente dovrà acquisire buone capacità logico-comunicative, mostrandosi in grado di utilizzare

vecchi e nuovi media per la veicolazione delle conoscenze acquisite.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà mostrare una buona capacità di apprendimento dei processi storico-artistici e delle variabili che incidono sulla loro conformazione.

Metodologia di insegnamento

Lezione frontale, svolta con l'ausilio di supporti multimediali ed eventuale studio di casi.

Indicazioni riassuntive, anche in video, e bibliografiche delle lezioni in lingua inglese saranno disponibili su siti dedicati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Esame finale orale e/o scritto, o con presentazione di dissertazione scritta o di progetto di lavoro, anche multimediale, con discussione, al termine di un percorso segnato da prove intermedie.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Ore di ricevimento d'ufficio, possibilità di contatti mediante posta elettronica o tramite l'utilizzo delle nuove tecnologie (es. Skype). Divulgazione di eventuali materiali a supporto del corso tramite siti dedicati.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

L'insegnamento prevede momenti di approfondimento e di applicazione pratica delle conoscenze, di visite guidate sul territorio con la realizzazione da parte dello studente di una prova pratica.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e comunicazione d'impresa

Denominazione insegnamento

Produzione artistica e musicale – modulo 1

Indicazione del docente

Besutti Paola

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento.

Settore disciplinare

L-ART/07

Posizionamento nel calendario didattico

I semestre

Tipologia di attività formativa

Affine

Numero di crediti

6

Numero di ore

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente, tramite un'attenta disamina di una organica serie di brani musicali appartenenti ai più diversi repertori, epoche storiche e contesti socio-culturali, dovrà acquisire un'elevata capacità di comprensione e di analisi della complessità del divenire musicale. Egli dovrà, inoltre, conoscere le connessioni dei vecchi e dei nuovi media con la produzione, diffusione e divulgazione musicale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Tramite lo svolgimento di prove pratiche e l'utilizzo dei media, lo studente dovrà essere in grado di tradurre in linguaggi adeguati alle nuove tecnologie argomenti musicali tradizionalmente riservati alla divulgazione di tipo tradizionale.

Autonomia di giudizio

Lo studente dovrà sviluppare un'elevata capacità di risolvere i potenziali problemi derivanti dall'analisi critica dei più diversi repertori e contesti musicali, con particolare riguardo per le loro implicazioni comunicative.

Abilità comunicative

Lo studente dovrà acquisire elevate capacità comunicative, mostrandosi in grado di utilizzare vecchi e nuovi media per la veicolazione delle conoscenze musicali acquisite.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà mostrare un'elevata e dinamica capacità di apprendimento dei processi musicali e delle loro implicazioni comunicative.

Metodologia di insegnamento

Lezioni frontali; sistematica proposta di case studies; esercitazioni d'analisi; simulazioni di produzioni musicali e multimediali.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Esame finale orale e/o scritto, o con discussione di project work, al termine di un percorso regolarmente verificato con prove di profitto intermedie.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Ore di ricevimento d'ufficio, mediante posta elettronica e tramite l'utilizzo di socialnetwork (es. Facebook). Divulgazione di esempi musicali e materiali di supporto tramite siti dedicati.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

L'insegnamento prevede regolari attività di approfondimento, di ricerca e di applicazione pratica delle conoscenze musicali acquisite, con la realizzazione da parte dello studente di prodotti multimediali, saggi brevi, presentazioni dinamiche (es. power point).

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e comunicazione d'impresa

Denominazione insegnamento

Semiotica e pubblicità (II anno, prima attivazione a.a. 2014-2015)

Indicazione del docente

Traini Stefano

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento. Sugli argomenti relativi alla materia il docente ha pubblicato articoli e saggi, e nel 2008 il libro *Semiotica della comunicazione pubblicitaria* (Bompiani, Milano).

Settore disciplinare

M-FIL/05

Posizionamento nel calendario didattico

II semestre

Tipologia di attività formativa

Caratterizzante

Numero di crediti

6

Numero di ore

36

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

Conoscenza e capacità di comprensione

L'obiettivo del corso è sviluppare le capacità dello studente nell'analisi della comunicazione aziendale in relazione agli obiettivi che l'azienda stessa si pone in termini di identità, per valutare se c'è coerenza o se ci sono discrasie. Questo porterà lo studente a migliorare la propria conoscenza dei vari aspetti della vita aziendale e a comprendere come le attività di comunicazione condizionano e orientano i processi aziendali nel loro complesso.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di utilizzare strumenti tecnici (semiotici) per analizzare la coerenza comunicativa di una marca o più in generale di un'azienda, e quindi sarà in grado di diagnosticare problemi comunicativi e organizzativi. Per migliorare le capacità di diagnosi dei problemi, nel corso si utilizzeranno *case studies* e *project work*.

Autonomia di giudizio

Accanto alla fase analitica, nel corso – e in particolare nei lavori di gruppo – si discuteranno soluzioni operative relative ai problemi comunicativi e organizzativi riscontrati.

Abilità comunicative

Nei lavori di gruppo saranno previste relazioni finali per migliorare la gestione attiva della comunicazione da parte degli studenti. Durante le relazioni si commenterà anche la capacità dei relatori di tenere sotto controllo non solo i contenuti della comunicazione, ma anche gli elementi del contesto.

Capacità di apprendimento

Nei lavori di gruppo gli studenti dovranno migliorare alcune particolari abilità, che verranno monitorate dal docente: capacità di ragionamento, di selezione delle informazioni, di lettura delle situazioni, di *problem solving* e di *transfer of skill*.

Metodologia di insegnamento

Lezioni frontali, *case studies*, *project works*, testimonianze rese da professionisti.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Esame finale scritto, con possibilità di discussione dell'elaborato in fase di verbalizzazione. Indicazioni riassuntive, anche in video, e bibliografiche delle lezioni in lingua inglese saranno disponibili su siti dedicati.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Ore di ricevimento d'ufficio, possibilità di contatti mediante posta elettronica o tramite utilizzo di nuove tecnologie (es. Skype). Divulgazione di materiali a supporto mediante pubblicazione su siti dedicati.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

Il corso prevede lavori di gruppo nei quali si effettueranno ricerche guidate dal docente e report finali discussi in aula.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e Comunicazione d'Impresa

Denominazione insegnamento

Strategia e comunicazione d'impresa

Indicazione del docente

Manuel De Nicola

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento. Tra le pubblicazioni sull'argomento del docente, la monografia "La responsabilità sociale dell'azienda: strategie, processi e modelli" (2008).

Settore disciplinare

Secs-P/07

Posizionamento nel calendario didattico

II semestre

Tipologia di attività formativa

Fondamentale

Numero di crediti

12

Numero di ore

72

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

Conoscenza e capacità di comprensione. Lo studente deve possedere le conoscenze tecniche necessarie a individuare le strategie di gestione e di comunicazione più idonee a raggiungere gli obiettivi aziendali (con riferimento agli aspetti della gestione, dell'organizzazione, della rilevazione) e nelle loro differenziazioni secondo il settore in cui opera l'azienda (manifatturiero, commerciale, dei servizi, della pubblica amministrazione).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Lo studente deve essere in grado di utilizzare concetti, schemi e metodiche di analisi per interpretare gli obiettivi aziendali, le variabili di mercato ed i singoli fenomeni aziendali in modo da saperne decifrare in chiave critica l'impatto che ognuno di essi genera a livello strategico con particolare riferimento alle relazioni con gli stakeholders.

Autonomia di giudizio. Lo studente dovrà essere in grado di orientarsi nell'analisi delle dinamiche competitive e relazionali di mercato in modo da sapere individuare dei parametri di riferimento per esprimere un giudizio circa il grado di successo aziendale.

Abilità comunicative. Gli studenti dovranno possedere una specifica capacità di comunicare efficacemente i concetti appresi e i risultati della loro applicazione, dimostrando adeguata proprietà di linguaggio da commisurarsi con la conoscenza della semantica che si utilizza nella comunicazione aziendale.

Capacità di apprendimento. Lo studente dovrà acquisire la capacità di ragionamento, di comprensione e di estrazione di schemi, di carattere strategico e di comunicazione economico-finanziaria

Metodologia di insegnamento

Lezione frontale, con analisi di casi aziendali, role playing, business game, analisi di audiovisivi e simili.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame finale è in forma scritta ed orale, con realizzazione e discussione di project work. Sono previste verifiche di profitto in itinere.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Ricevimenti fissati con cadenza settimanale, in presenza e per via telematica, e nel periodo delle lezioni saranno possibili anche prima e dopo le lezioni. I materiali del corso, che includono dispense del docente, casi aziendali, letture di approfondimento aggiuntive, saranno disponibili su siti dedicati.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

L'insegnamento prevede momenti di approfondimento con la realizzazione di prove pratiche.

Facoltà

Scienze della Comunicazione

Denominazione Corso di Laurea

Management e comunicazione d'impresa

Denominazione insegnamento

Tecniche di ricerca sociale e di mercato (II anno, prima attivazione a.a. 2014-2015)

Indicazione del docente

Bortoletto Nico

Indicazione dei requisiti specifici del docente rispetto alla disciplina insegnata

Il docente appartiene al settore scientifico disciplinare della materia e presenta una competenza specifica nelle tematiche dell'insegnamento.

E' autore di saggi sull'approccio metodologico qualitativo (Ricerca-Azione: si veda la banca dati CINECA) ed ha già svolto con profitto corsi assimilabili per contenuto e settore negli anni accademici precedenti.

Settore disciplinare

SPS/07

Posizionamento nel calendario didattico

I semestre

Tipologia di attività formativa

Caratterizzante

Numero di crediti

6

Numero di ore

36

Eventuali propedeuticità

Nessuna

Obiettivi

Conoscenza e capacità di comprensione. Lo studente dovrà avere la padronanza delle metodologie da porre in essere per programmi di ricerca sul campo, conoscendone i presupposti teorici nonché le possibilità applicative relative alla dimensione del marketing aziendale e sociale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Lo studente dovrà essere in grado di utilizzare concetti, schemi e modelli acquisiti nella risoluzione di problematiche logico-procedurali e per ideare strategie di soluzione di aspetti metodologici ed organizzativi.

Autonomia di giudizio. Lo studente dovrà acquisire un'elevata capacità di giudizio intorno ai concetti ed alle teorie metodologiche, nonché saper esprimere valutazioni critiche puntuali su problemi di carattere procedurale.

Abilità comunicative. Lo studente dovrà possedere una specifica capacità di integrazione di contenuti umanistici e scientifici, e di gestione efficace di contenuti e frame di eventi comunicativi aziendali.

Capacità di apprendimento. Lo studente dovrà acquisire la capacità di apprendere contenuti umanistici e scientifici intorno alle tematiche del corso, combinando capacità di astrazione e ragionamento, orientate alla codifica/selezione di informazioni ed al problem solving.

Metodologia di insegnamento

Lezione frontale 60%, lezione-esercitazione su piattaforma e-learning, 20%, esercitazioni (case studies) 20%

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame finale avverrà in forma scritta. Sono previsti accertamenti di conoscenza in itinere.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

Ricevimenti fissati con cadenza settimanale, in presenza e per via telematica; nel periodo delle lezioni saranno possibili anche prima e dopo le lezioni. I materiali del corso, che includono dispense del docente, esercizi risolti e letture aggiuntive, saranno eventualmente resi disponibili su siti dedicati.

Eventuali attività di ricerca e supporto alla didattica

L'insegnamento prevede momenti di approfondimento seminariale con relatori interni ed esterni all'istituzione. Sono previsti alcuni laboratori integrativi tenuti da cultori della materia