

MASTER DI 1° LIVELLO IN COMUNICAZIONE D'IMPRESA

XVIII EDIZIONE | 2024



UNIVERSITÀ DI SIENA 1240

NEW VIBES, YOUR SOUND



Il Master universitario di primo livello in "Comunicazione d'impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie" è stato istituito nel 2006 dall'Università di Siena per assicurare una formazione superiore e avanzata nell'ambito del marketing e della comunicazione.

I docenti di MCI sono studiosi provenienti da università nazionali ed estere, ma anche, e soprattutto, professionisti impegnati tutti i giorni a progettare, gestire e valutare l'efficacia delle attività di comunicazione d'impresa. In questo modo chi partecipa a MCI sarà in grado di costruire, sia dal punto di vista strategico che operativo, una relazione autentica con i diversi

pubblici di riferimento.

MCI inoltre assicura un percorso di crescita per coloro che sono già inseriti nel mondo del lavoro e hanno bisogno di quell'aggiornamento necessario per implementare le forme più innovative di marketing e comunicazione.

I professionisti della comunicazione provenienti da MCI potranno così garantire il corretto passaggio da una comunicazione di tipo tradizionale ad una comunicazione integrata e potranno accompagnare le imprese nel difficile percorso di trasformazione digitale a cui sono chiamate in uno scenario sempre più complesso qual è quello attuale.

STRUTTURA

80 CFU (crediti formativi universitari)

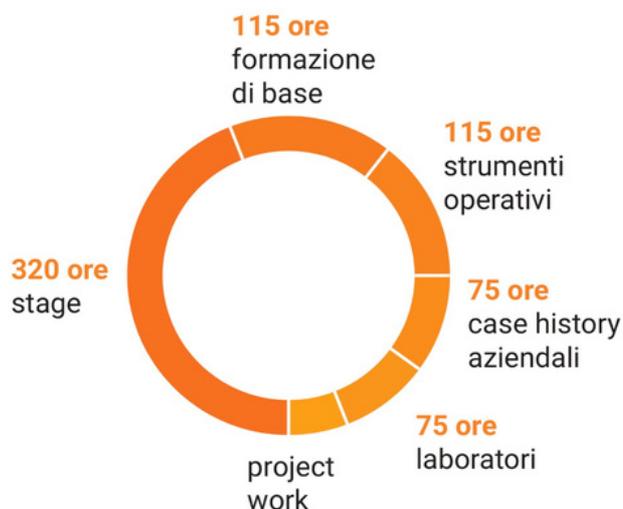
lezioni formula week-end: venerdì (mattina e pomeriggio) e sabato (mattina)

12 mesi di studio divisi in tre periodi

- Gennaio 2024 - settembre 2024: lezioni e laboratori
- Settembre 2024 - dicembre 2024: stage
- Gennaio 2025: presentazione project work finale

AREE DISCIPLINARI

- Comunicazione
- Marketing
- Pubblicità
- Branding
- Comunicazione digitale
- Relazioni pubbliche
- Event marketing



AREE DIDATTICHE

COMUNICAZIONE, MARKETING, MEDIA

- **Introduzione alla comunicazione**, Giovanni Manetti e Alessandro Prato
- **Teorie e modelli della comunicazione**, Giuseppe Segreto
- **Corporate communication**, Alessandro Lovari
- **Comunicazione interna e relazioni organizzative**, Alessandra Mazzei
- **Marketing**, Lorenzo Zanni
- **Management della pubblicità**, Jose Antonio Muniz
- **Teorie dell'opinione pubblica e newsmaking**, Maurizio Boldrini
- **Introduzione alle tecnologie digitali: multimedialità e multicanalità della comunicazione**, Maurizio Masini e Andrea Sampoli
- **Il piano di marketing**, Gaetano Torrisi
- **Neuromarketing**, Alessandro Innocenti
- **Organizzazione aziendale**, Corso Biagioni

CASE HISTORY E INCONTRI CON PROFESSIONISTI

- **Le indagini di mercato e la risoluzione dei problemi di posizionamento e comunicazione**, Caterina Schiavon
- **Social media e inbound marketing**, Gianni Beconcini
- **La gestione del processo creativo in una agenzia di pubblicità**, Giampiero Cito
- **Brand positioning e retailing. Il caso Ikea**, Gianluca Toccafondi
- **Pr online. Il caso facile.it**, Andrea Polo
- **Il fund raising e il marketing nel terzo settore.**
- **Cultura e comunicazione del vino**, Filippo Bartolotta
- **Digital marketing turistico e web communication. Il caso Fondazione Sistema Toscana**, Costanza Giovannini
- **Il branding. Modelli e case history**, Antonio Paolo
- **Green What? Comunicare la sostenibilità**, Marco Massarotto
- **Digital Marketing Integrato: SEO, Content e Marketing Automation**, Francesco De Nobili
- **Principi, conflitti e strategie della comunicazione nelle imprese. Il caso Pitti Immagine**, Lapo Cianchi
- **Influencer Marketing**, Paola Leo
- **Esperienza utente nella comunicazione di prodotti e servizi**, Patrizia Marti
- **Marketing e management dello sport**, Guglielmo Ascheri
- **Experience marketing**, Simona Biancalana
- **Startup e comunicazione digitale**, a cura di Digital Pr PRO
- **L'ufficio stampa nell'età ibrida**, Marisandra Lizzi
- **E-commerce management**, Virginia Di Giorgio

STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

- **Analisi del discorso pubblicitario**, Paolo Bertetti
- **Identità visiva e valori di consumo**, Angela Mengoni
- **Introduzione alla comunicazione digitale. Media ecology e transmedia storytelling**, Carlos Scolari
- **Linguaggi del web sociale**, Giovanni Boccia Artieri
- **Introduzione alla strategia digitale**, Lucia Ciciriello
- **Social media per la comunicazione corporate e di marketing**
- **Big data, media digitali e consumi**, Tiziano Bonini
- **Social media optimization, article marketing e**
- **Strategie d'ingaggio**, Antonio Gnassi
- **Le relazioni pubbliche**, a cura di Archetype
- **Marketing e comunicazione del cibo**, Christine Mauracher
- **Event Management**
- **I materiali di comunicazione e promozione**, Alessandro Lovari

LABORATORI

- **Brand experience design. Progettare siti web e mobile**, Jacopo Pasquini
- **Strategie e tecniche di Web Marketing**, Federica Brancale
- **Comunicazione linguistica e interculturale**, Allen Montrasio
- **Progettazione e produzione grafica**, Alessandro Dei e Lisa Tavarnesi (Studio21)
- **Incontro di orientamento al lavoro**, Angela Mammana
- **Public speaking**, Giuseppe Segreto
- **Social media management e community**, Lucia Ciciriello
- **Web Listening**, a cura di intarget

IN COLLABORAZIONE CON

Archetype



intarget:
flowing
digital