

MASTER DI 1° LIVELLO IN COMUNICAZIONE D'IMPRESA

EDIZIONE 2025



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)

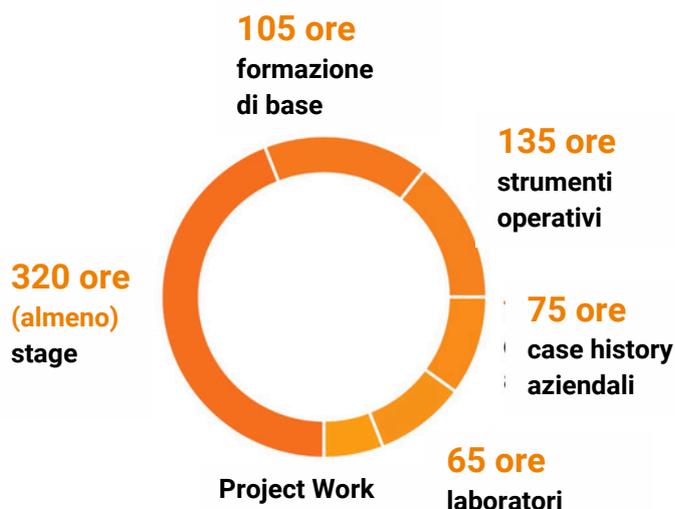
lezioni formula week-end: venerdì (mattina e pomeriggio) e sabato (mattina)

12 mesi di studio divisi in tre periodi

- Aprile 2025 - Novembre 2025: lezioni e laboratori
- Novembre 2025 - Marzo 2026: stage
- Aprile 2026 - Presentazione project work finale

AREE DISCIPLINARI

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



AREE DIDATTICHE

COMUNICAZIONE, MARKETING, MEDIA

- **Segni, linguaggio, comunicazione**, Giovanni Manetti
- **Retorica e comunicazione persuasiva**, Alessandro Prato
- **Psicologia e comunicazione**, Oronzo Parlangeli
- **La Comunicazione. Funzioni, codici, pratiche**, Giuseppe Segreto
- **La Comunicazione d'impresa: definizioni, aree, strumenti**, Alessandro Lovari
- **Comunicazione interna e relazioni organizzative**, Alessandra Mazzei
- **Il Marketing**, Lorenzo Zanni
- **La User Experience**, Patrizia Marti
- **Teorie dell'opinione pubblica e newsmaking**, Maurizio Boldrini
- **Introduzione alle tecnologie digitali: multimedialità e multicanalità della comunicazione**, Maurizio Masini e Andrea Sampoli
- **Media evolution: la trasformazione degli ecosistemi mediatici**, Carlos Scolari

CASE HISTORY E INCONTRI CON PROFESSIONISTI

- **Le indagini di mercato e la risoluzione dei problemi di posizionamento e comunicazione**, Caterina Schiavon
- **La gestione del processo creativo in una agenzia di comunicazione**, Giampiero Cito
- **Brand positioning e retailing. Il caso Ikea**, Gianluca Toccafondi
- **Crisis management. L'esperienza di Facile.it**, Andrea Polo
- **Digital marketing turistico e web communication. Il caso Fondazione Sistema Toscana**, Costanza Giovannini
- **Comunicare la sostenibilità**, Elena Petricci
- **Personal branding e LinkedIn strategy**, Francesco De Nobili
- **Principi, conflitti e strategie della comunicazione nelle imprese. Il caso Pitti Immagine**, Lapo Cianchi
- **Costruzione e gestione di una community online. Il caso Virgola**, Virginia Di Giorgio
- **Comunicare il cibo e il vino**
- **Il Made in Italy: storia e prospettive**, Massimo Torti
- **Passato e futuro della moda italiana. Il caso The Cube**
- **Archive**, Corinna Chiassai e Marius Hordijk
- **Tendenze della moda**, Irene Chiais
- **Il project management**, Giorgio Turconi
- **La trasformazione digitale**, Maurizio Mesenzani

STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

- **Il piano di marketing**, Gaetano Torrisi
- **Il piano di comunicazione**, Alessandro Lovari
- **Il Neuromarketing**, Alessandro Innocenti
- **Management della pubblicità: dal brief alla campagna**, Alessia Vitali
- **Transmedia storytelling**, Paolo Bertetti
- **Social media, marketing e comunicazione**, Giovanni Boccia Artieri
- **Branding e Content strategy**, Cristina Soldano e Giuseppe Muriglio
- **Web & Social media advertising**, a cura di Intarget Group
- **Big data, media digitali e consumi**, Tiziano Bonini
- **Le relazioni pubbliche**, a cura di Archetype
- **L'intelligenza artificiale**, Stefano Guidi
- **Evoluzione del SEO copywriting e strategie d'ingaggio nell'era dell'IA**, Antonio Gnassi
- **La comunicazione d'impresa inclusiva**, Vera Gheno
- **Responsabilità sociale d'impresa**, Tommaso Pucci
- **Strategie di impresa**, Corso Biagioni

LABORATORI

- **Brand experience design. Progettare siti web e mobile**, a cura di UX Boutique
- **Progettazione e produzione grafica dei materiali di comunicazione**, a cura di Studio 21
- **"Ti faremo sapere". Incontri di orientamento al lavoro**, Domitilla Ferrari
- **Comunicazione efficace: public speaking e business writing**, Giuseppe Segreto
- **Social media management**, Lucia Ciciriello
- **Event management**, a cura di Mirandola Comunicazione

IN COLLABORAZIONE CON

Archetype



fondazione
sistema toscana

intarget:
flowing
digital



MCI MASTER
IN COMUNICAZIONE
D'IMPRESA

Informazioni

Università degli Studi di Siena - Complesso San Niccolò
Via Roma 56 – 53100 Siena
info@mastercomunicazioneimpresa.it
Tel: +39 0577 234775