

PIANO DIDATTICO 2026

STRUTTURA

12 mesi di studio divisi in tre periodi:

- Aprile 2026 - Dicembre 2026: lezioni e laboratori
- Gennaio 2027 - Marzo 2027: stage
- Aprile 2027: presentazione project work finale

105 ore di formazione di base

135 ore di strumenti operativi

65 ore di laboratori

75 ore di case history aziendali

320 ore (almeno) di stage

Totale didattica: 700 ore

Tutte le attività didattiche potranno essere seguite sia in streaming che in presenza, nelle aule del Dipartimento di Scienze sociali, politiche e cognitive, in via Roma 56, e del Dipartimento di Economia, in piazza San Francesco.

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
- Media evolution: la trasformazione degli ecosistemi mediatici, Carlos Scolari

Master in Comunicazione d'impresa

Università degli Studi di Siena | Dipartimento di Scienze Sociali, Politiche e Cognitive | Via Roma, 56 - 53100 Siena

Tel. 0577 234775 - E-mail info@mastercomunicazioneimpresa.it

www.mastercomunicazioneimpresa.it

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*
- Algoritmi, piattaforme, comunicazione, Tiziano Bonini
- Le relazioni pubbliche, a cura di *Archetype*
- L'intelligenza artificiale, Stefano Guidi
- Evoluzione della SEO, copywriting e strategie d'ingaggio nell'era dell'Intelligenza Artificiale, 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 materiali di comunicazione, 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, Valentina Canu e Lucia Ciciriello
- Fotografia digitale e produzione di contenuti multimediali e multicanale, Maurizio Masini e Andrea Sampoli
- Event management, a cura di *Mirandola Comunicazione*

Case history e Incontri con i professionisti della comunicazione

- 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

Master in Comunicazione d'impresa



UNIVERSITÀ DI SIENA 1240



DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI,
POLITICHE E COGNITIVE

- 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 Ciani
- Costruzione e gestione di una community online. Il caso *Virgola*, Virginia Di Giorgio
- Comunicare il cibo e il vino, Simona Stano
- 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 Chiaia
- Il project management, Giorgio Turconi
- La trasformazione digitale, Maurizio Mesenzani

Il master assegna 80 Crediti Formativi Universitari

Master in Comunicazione d'impresa

Università degli Studi di Siena | Dipartimento di Scienze Sociali, Politiche e Cognitive | Via Roma, 56 - 53100 Siena

Tel. 0577 234775 - E-mail info@mastercomunicazioneimpresa.it

www.mastercomunicazioneimpresa.it