



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

Corso di laurea magistrale in

Comunicazione pubblica e d'impresa

facoltà di

**SCIENZE POLITICHE,
ECONOMICHE E SOCIALI**

Accesso

Programmato.

Per informazioni sul numero dei posti e sulla data del test di ammissione consulta il sito www.unimi.it – INFORMAZIONI PER FUTURI STUDENTI.

Requisiti di accesso

- Laureati nelle classi di laurea triennali in: Beni culturali (L-1), Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda (L-3), Filosofia (L-5), Geografia (L-6), Lettere (L-10), Lingue e culture moderne (L-11), Mediazione linguistica (L-12), Scienze dei servizi giuridici (L-14), Scienze del turismo (L-15), Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione (L-16), Scienze dell'economia e della gestione aziendale (L-18), Scienze dell'educazione e della formazione (L-19), Scienze della comunicazione (L-20), Scienze e tecniche psicologiche (L-24), Scienze e tecnologie informatiche (L-31), Scienze economiche (L-33), Scienze politiche e delle relazioni internazionali (L-36), Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace (L-37), Servizio sociale (L-39), Sociologia (L-40), Storia (L-42) e nelle corrispondenti classi previste dal D.M. 509/99, laureati provenienti da altre classi purché abbiano acquisito almeno 50 crediti in determinati settori scientifico-disciplinari specificati nel Manifesto degli studi.
- Per l'accesso al corso è richiesta una conoscenza della lingua inglese pari o superiore al livello B2.

L'accesso è inoltre vincolato al superamento di una prova di ammissione che verificherà le conoscenze in: informatica, marketing, statistica, attualità e teorie della comunicazione.

Obiettivi

Il percorso formativo di questa laurea magistrale consente di perfezionare le competenze di base e le abilità specifiche acquisite nei settori dei mezzi e delle pratiche della comunicazione e di offrire una preparazione avanzata interdisciplinare nel campo della comunicazione digitale, con particolare riferimento al ruolo delle tecnologie e culture digitali nella società, all'analisi critica dei big data, degli algoritmi, dell'intelligenza artificiale e alla loro applicazione in ambito sociale e politico. La formazione specialistica permette al laureato di svolgere compiti direttivi e organizzativi nei settori della comunicazione di impresa, marketing, pubblicità e consumi, delle relazioni pubbliche, della ricerca sociale, di opinione e di mercato e dell'analisi dei dati, nella pubblica amministrazione, nelle organizzazioni internazionali, umanitarie, senza scopi di lucro e della consulenza politica ed elettorale.

Il corso consente altresì di acquisire livelli specialistici nelle abilità necessarie per attività redazionali nel settore dei mass media e dei media digitali; nelle abilità di analisi dei dati di ricerche di mercato e dei sondaggi di opinione; nelle abilità di progettazione, realizzazione e direzione di campagne di comunicazione sociale, istituzionale, economica e politica.

Sbocchi professionali

Tra gli sbocchi professionali prevedibili per i laureati della Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa si segnalano:

- Posizioni di responsabilità nell'ambito della progettazione, direzione e valutazione di piani di comunicazione aziendale, marketing, relazioni esterne e pubblicità.
- Posizioni di responsabilità nell'ambito della progettazione, direzione e valutazione di piani di comunicazione sociale, marketing sociale e marketing politico-elettorale, relazioni esterne, consulenza politica e di public affairs.
- Compiti di responsabilità e consulenza nella direzione di uffici di comunicazione e marketing in aziende private e pubbliche, in agenzie del terziario avanzato e negli istituti per indagini di mercato, associazioni del volontariato, nei partiti politici e negli istituti demoscopici.
- Progettazione di interventi nel campo della responsabilità sociale d'impresa. Compiti direttivi in enti di ricerca, istituti demoscopici, associazioni del volontariato, agenzie non-governative.
- Coordinamento di attività di comunicazione digitale avanzata.

Piano degli studi

Curriculum: Comunicazione e marketing

I anno

INSEGNAMENTI	CREDITI
Comunicazione crossmediale	9
Comunicazione e cultura digitale	9
Informazione, diritti e mercati digitali	9
Marketing progredito	9
Pubblicità e comunicazione integrata	9
Un insegnamento a scelta tra: - Analisi dei dati (<i>esame obbligatorio per gli studenti che non abbiano sostenuto un esame con contenuti metodologici analoghi nel triennio</i>) - Metodi e tecniche della comunicazione	9
Un insegnamento a scelta tra: - Comunicazione sociale e istituzionale - Sociologia dei consumi	9

II anno

(sarà attivato dall'a.a. 2027/2028)

INSEGNAMENTI	CREDITI
Datafied society	9
Un insegnamento a scelta tra: - Comunicazione di impresa e relazioni pubbliche - Consumer and shopping behaviour - Neuro marketing research	9

Curriculum: Corporate communication

I year

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
Consumer culture	9
Marketing (advanced)	9
Social media and platform cultures	9
Visual communication	9
Web communication	9
9 ects to be earned by choosing between the following alternatives: - Economics of communication - Human resources management	9
9 ects to be earned by choosing between the following alternatives: - Data analysis (<i>compulsory for students who have not taken an exam with similar methodological content in his/her undergraduate studies</i>) - Research Design	9
9 ects to be earned by choosing between the following alternatives: - Digital politics and public opinion research - Digital society - Market regulation and Business practices	9

II year

(to be made available as of academic year 2027/2028)

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
Corporate communication	9

Curriculum: Digital media, data and society

I year

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
AI and Data cultures	6
Coding for computational social science	6
Data analysis	9
Digital politics and public opinion research	9
Digital Society	9
Research Design	9
Social media and platform cultures	9
9 ects to be earned by choosing between the following alternatives: - Consumer culture - Visual communication	9

II year

(to be made available as of academic year 2027/2028)

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
Journalism, Media and Politics	9
Value change and global societies	6

Ulteriori attività formative comuni a tutti i curricula

- A scelta dello studente (9 crediti)
- A scelta dello studente (9 crediti) tra le seguenti attività:
 - Stage / Tirocini
 - Laboratori
- Prova finale (21 crediti)

INFO

🎓 **Classe di laurea:** Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (LM-59 R)

🕒 **Durata del corso:** 2 anni (120 crediti)

📅 **Curricula:**

- Comunicazione e marketing
- Corporate communication
- Digital media, data and society

📅 **Frequenza:** fortemente consigliata

📍 **Sede didattica:**

Via Conservatorio, 7 - Milano

📧 **Per informazioni:**

bienniocom@unimi.it

🌐 **Siti utili:**

com.cdl.unimi.it

www.unimi.it



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO