



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 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 elevata responsabilità nell'organizzazione e gestione di uffici stampa, relazioni esterne e uffici relazioni con il pubblico (URP);
- progettisti e responsabili dei piani di comunicazione istituzionali e di impresa;
- professionisti nel marketing e nella comunicazione pubblicitaria;
- esperti di branding e consulenti per aziende, organizzazioni pubbliche e private;
- ricercatori negli istituti demoscopici e di market research, di analisi politica e delle politiche pubbliche;
- data analyst con skills in gestione/analisi di dati digitali da spendere nelle amministrazioni pubbliche e in istituti di ricerca (mercato e opinione pubblica);
- professionisti capaci di gestire, manipolare e analizzare anche Big Data (competenze avanzate di tipo computazionale);
- consulenti di marketing politico per partiti e candidati;
- carriera accademica (insegnamento e ricerca).

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: - Comunicazione sociale e istituzionale - Sociologia dei consumi	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 crossmediale - Metodi e tecniche della comunicazione	9

II anno

(sarà attivato dall'a.a. 2025/2026)

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
Advertising and visual communication	9
Consumer culture	9
Digital cultures and communication research	9
Marketing (advanced)	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 - Research design - Web communication	9
9 ects to be earned by choosing between the following alternatives - Behavioural sociology - Data analysis (<i>compulsory for students who have not taken an exam with similar methodological content in his/her undergraduate studies</i>) - Market regulation and business practices	9

II year

(to be made available as of academic year 2025/2026)

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
Corporate communication	9
9 ects to be earned by choosing between the following alternatives - Digital society - Public opinion research	9

Curriculum: Data analytics for politics, society and complex organizations

I year

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
Analytics for Complex Organizations	6
Behavioural sociology	9
Coding for computational social science	6
Cybersecurity and privacy preservation techniques and digital security and privacy	6
Data Analysis	9
Digital cultures and Communication research	9
Multivariate analysis for social scientists	6
Social and political attitudes	6

II year

(to be made available as of academic year 2025/2026)

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
Big data analytics	6
Network analysis	6
Policy design analysis and evaluation	12 (6+6)

Curriculum: Digital communication and public opinion

I year

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
Consumer culture	9
Digital Cultures and Communication research	9
Digital Society	9
Globalization and cultural diversity	6
Public Opinion Research	9
Research Design	9
Survey methods	6
9 ects to be earned by choosing between the following alternatives - Behavioural Sociology - Data analysis - Web communication (if an Informatics exam has not been taken, the Web Communication exam is mandatory, possibly among the 9 ECTS electives)	9

II year

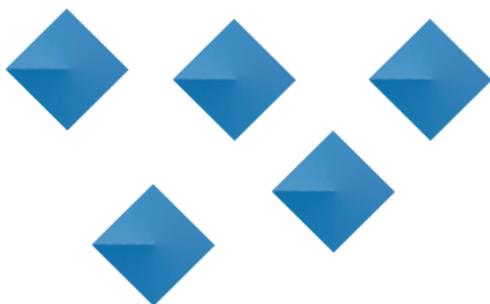
(to be made available as of academic year 2025/2026)

COMPULSORY LEARNING ACTIVITIES	ECTS
Coding for computational social science	6
Journalism, Media and Politics	9

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)

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

 **Curricula:**

- Comunicazione e marketing
- Corporate communication
- Data analytics for politics, society and complex organizations
- Digital communication and public opinion

 **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