

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA REPUBBLICA DI SAN MARINO  
Corso di laurea triennale in Comunicazione e Digital Media

**Declaratorie insegnamenti a bando**

Coorte 2024-2025

**Advertising 2.0** (1 anno)

SSD M-FIL/05 – 6 CFU

Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito la capacità di produrre idee creative – cioè interessanti, coinvolgenti, efficaci – che siano al servizio del brand che le commissiona, stiano ciascuna nei binari del brief proposto dal committente, e siano declinabili sui mezzi che meglio arrivano ai suoi pubblici di riferimento: print, radio, tv, btl, siti web *data driven*, social media.

Durante il corso ogni studente/ssa potrà esercitarsi e mettere alla prova, da solo/a o in gruppo, diverse idee creative, mai in modo astratto ma sempre in riferimento a casi di studio concreti e brief provenienti dalla comunicazione turistica, dal marketing territoriale, dalla comunicazione sociale e istituzionale nell'ambito della salute e della sostenibilità ambientale, dalla comunicazione commerciale nel settore agroalimentare, dal marketing di associazioni imprenditoriali, politiche e sindacali.

**Public Speaking** (1 anno)

SSD M-PSI/01– 6 CFU

Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito la capacità di controllare consapevolmente le variabili critiche dell'esposizione orale in pubblico, sia linguistiche sia extralinguistiche, funzionali a produrre messaggi chiari, vivaci e concreti in occasione di presentazioni tecnico-commerciali, dibattiti, conferenze, eventi. Particolare risalto sarà dato ai criteri di architettura del filo narrativo, al governo della dinamica vocale (volume, tono, ritmo, sospensioni ritmiche), alle modalità operative di gestione dell'attenzione dell'uditorio.

Durante il corso ciascun/a studente/ssa avrà potuto sperimentarsi nel ruolo di oratore/oratrice, progettando e mettendo in scena brevi *speech* a tema, con i quali potrà verificare la propria incisività nella relazione frontale *one to many*. Grazie all'applicazione concreta e mirata, in aula, della regia psicodrammatica – soliloquio, doppio, inversione di ruolo – ogni studente/ssa potrà maturare la sicurezza emozionale di base necessaria a contenere l'ansia da prestazione e a conquistare forza espressiva.

## **Digital Marketing (1 anno)**

SSD M-FIL/05 – 6 CFU

Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito le competenze fondamentali per comprendere le diverse componenti di un piano di digital marketing: sarà in grado di lavorare all'interno di un contesto con un piano strutturato, di affrontare anche operativamente sezioni specifiche, di organizzare la struttura base di un progetto di marketing fondato sui media digitali. In particolare avrà acquisito capacità tecniche imprescindibili per: (1) impostare una strategia di *search marketing*, sia posizionando organicamente un sito sui motori di ricerca (*SEO*) sia avviando azioni di *Search Advertising*; (2) analizzare il comportamento web degli utenti attraverso i dati (*Web Analytics*); (3) progettare e migliorare l'esperienza utente (*UX*) sul web e su smartphone. Sarà inoltre in grado di comprendere come si sta evolvendo oggi il commercio on-line, a partire dalle grandi piattaforme (es. Amazon), passando per le logiche di omnicanalità, fino alle potenzialità dell'acquisto in mobilità e delle *mobile app*.

Durante il corso ogni studente/ssa si eserciterà, da solo/a o in gruppo, su casi di studio concreti provenienti dai settori oggi leader dell'e-commerce, come il fashion, il luxury, il design, il travel, e con brand esemplari del *made in Italy*, caratterizzati dalla dimensione spiccatamente internazionale della loro proposta di digital marketing.

## **Comunicazione d'impresa e gestione della reputazione (1 anno)**

SSD M-FIL/05 – 6 CFU

Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito: (1) la conoscenza dei principi fondamentali del *reputation management* e delle relazioni pubbliche digitali avanzate; (2) la capacità di assimilare briefing complessi sul tema del *reputation management*, delle *digital PR* e del *crisis management*, e di tradurli rapidamente in piani di azione concreti; (3) la capacità di predisporre un piano articolato di *reputation off line* e *digital*, e di metterlo in pratica concretamente; (4) la capacità di trasmettere contenuti, in qualità di responsabile di un gruppo di lavoro, ad altri colleghi professionisti; (5) competenze e sensibilità utili per costruire la reputazione aziendale sul medio-lungo periodo, con particolare attenzione alla prevenzione di scenari di crisi reputazionale; (6) la capacità di scegliere le azioni e le parole più opportune per prevenire le criticità online; (7) la capacità di fare relazioni sul tema a gruppi composti di persone (per esempio giornalisti in conferenza stampa).

## **Tecniche di comunicazione interpersonale (1 anno)**

SSD M-PSI/01– 6 CFU

Alla fine del corso, ogni studente/ssa conoscerà i principali modelli teorici e le principali tecniche di comunicazione efficace nelle relazioni interpersonali che si danno in azienda e nei contesti professionali. In particolare, acquisirà strumenti di consapevolezza di sé e delle altre persone, di gestione dell'aggressività e passività nella comunicazione, di costruzione dell'assertività e della centratura emotiva.

Questi obiettivi di apprendimento saranno raggiunti con l'impiego di strategie e tecniche di regia psicodrammatica gruppale, per sperimentare le dinamiche relazionali nel vivo del loro manifestarsi. Si metterà in atto, inoltre, un collegamento sistematico delle esperienze di comunicazione e relazione con i contesti e ruoli organizzativi che si incontrano nel mondo del lavoro (groupship, followership, leadership).

### **Informazione e intelligenza artificiale (1 anno)**

SSD SPS/08 – 6 CFU

L'insegnamento sarà dedicato all'uso attivo dei più efficaci ed efficienti sistemi di intelligenza artificiale generativa e tool di supporto, per progettare strategie data-driven, per realizzare campagne di digital marketing operativo, complete di tutti i passaggi necessari, dal benchmarking competitivo, funzionale e globale, al lavoro di Data Analysis, SEO, Google Ads, fino alle attività di social media marketing e community management, e per ottimizzare, in modo costante, il flusso di lavoro e le risorse necessarie.

Al termine del corso, gli studenti e le studentesse sapranno anche orientarsi sui problemi principali sollevati oggi dalla diffusione di massa degli applicativi di Intelligenza Artificiale nell'ambito della ricerca di informazioni online, della verifica delle fonti, della gestione del deep fake, della tutela del diritto d'autore.

### **Lingua Inglese 2 (3 anno)**

SSD L-LIN/12- 6 CFU

L'insegnamento offrirà agli studenti e alle studentesse le competenze necessarie per ottenere, nelle sedi opportune, la certificazione B2, con un'attenzione mirata alla lingua inglese, parlata e scritta, nel settore della Comunicazione d'Impresa e del Digital Marketing.