

SCUOLA DI PROGETTAZIONE ARTISTICA PER L'IMPRESA

Sezione A - Gestione Dati Generali

| | |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Scuola | SCUOLA DI PROGETTAZIONE ARTISTICA PER L'IMPRESA |
| A1 - Denominazione del corso di studi | Master Primo Livello in Comunicazione |
| Codice interno master | |
| Codice interno piano di studi | |
| A2 - Valore del credito formativo | 1/25 |
| A3 - Struttura didattica proponente | Scuola |
| A8 - Tipologia | Nuovo Master |
| A11 - Sito internet del corso | https://www.ied.it/corsi/roma/master/comunicazione |

Sezione B - Gestione Piani di Studio

| Tipologia d'attività | Area disciplinare | Settore (Gruppo) | Insegnamento | CFA | Ore Lezione/Studio | Tipo disciplina | Opzionale/Obbligatorio | Verifica Profitto | Codice interno disciplina |
|----------------------|-------------------|------------------|----------------------------------------------------------|-----|--------------------|-----------------|------------------------|-------------------|---------------------------|
| Primo anno | | | | | | | | | |
| | | ABLE 69 | Fondamenti di marketing culturale | 10 | 100/150 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| | | ABLE 70 | Diritto dell'informazione e della comunicazione digitale | 4 | 24/76 | Teorico | Obbligatorio | Esame | |
| | | ABPC 66 | Storia e teoria dei nuovi media | 6 | 36/114 | Teorico | Obbligatorio | Esame | |
| | | ABPC 68 | Elementi di storia della comunicazione sociale | 8 | 48/152 | Teorico | Obbligatorio | Esame | |
| | | ABPR 19 | Grafica multimediale | 4 | 40/60 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| | | ABTEC 37 | Metodologia progettuale della comunicazione visiva | 6 | 60/90 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| | | ABTEC 40 | Progettazione multimediale | 4 | 40/60 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| | | Altro | Lectures | 2 | 12/38 | Teorico | Obbligatorio | Idoneità | |
| | | Prova Finale | | 6 | 0/150 | | Obbligatorio | | |
| | | Stage/Tirocini | | 10 | 0/250 | | Obbligatorio | | |
| Totale esami: 7 | | | | | | | | | |

Ordinamento

| Attività | CFA totali | Area disciplinare | SAD | CFA totali | CFA primo anno | CFA secondo anno | CFA terzo anno |
|----------|------------|-------------------|----------------|------------|----------------|------------------|----------------|
| | 60 | | ABLE 69 | 10 | 10 | 0 | 0 |
| | | | ABLE 70 | 4 | 4 | 0 | 0 |
| | | | ABPC 66 | 6 | 6 | 0 | 0 |
| | | | ABPC 68 | 8 | 8 | 0 | 0 |
| | | | ABPR 19 | 4 | 4 | 0 | 0 |
| | | | ABTEC 37 | 6 | 6 | 0 | 0 |
| | | | ABTEC 40 | 4 | 4 | 0 | 0 |
| | | | Altro | 2 | 2 | 0 | 0 |
| | | | Prova Finale | 6 | 6 | 0 | 0 |
| | | | Stage/Tirocini | 10 | 10 | 0 | 0 |
| Totale | 60 | | | | 60 | 0 | 0 |

Sezione C - Gestione Testi

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| C1 - Obiettivi Formativi | Obbligatorio: Si University: Si |
| <p>Il Master di Primo Livello in Comunicazione forma professionisti altamente specializzati, capaci di rivoluzionare le strategie comunicative di istituzioni, aziende con vocazione sociale e organizzazioni non governative. In un contesto globale caratterizzato da rapidi cambiamenti e dall'ascesa delle tecnologie digitali, diventa fondamentale adottare approcci innovativi e linguaggi non convenzionali per raggiungere efficacemente il pubblico e promuovere iniziative orientate al cambiamento sociale. Il percorso formativo offre una combinazione equilibrata di teoria e pratica, fornendo agli studenti una solida base sulle strutture organizzative, i processi decisionali e il quadro normativo entro cui operano le realtà impegnate nel sociale. Attraverso l'analisi di casi studio e l'approfondimento della storia e dell'evoluzione della comunicazione sociale, gli studenti acquisiranno una comprensione profonda delle dinamiche che influenzano la comunicazione politica e istituzionale nell'era digitale. Particolare attenzione è rivolta allo sviluppo di competenze progettuali avanzate. Gli studenti saranno guidati nell'adozione di metodologie innovative, come il design speculativo e la creatività non convenzionale, incoraggiando la capacità di rompere gli schemi tradizionali e di proporre soluzioni comunicative originali ed efficaci. Attraverso laboratori pratici e project work, avranno l'opportunità di progettare piani di comunicazione integrata, campagne creative, strategie di marketing sociale e fundraising, mettendo in pratica le conoscenze acquisite. Un elemento chiave del Master è l'acquisizione di competenze tecniche avanzate nell'uso delle piattaforme digitali, dei social media e degli strumenti per la produzione di contenuti multimediali. Gli studenti impareranno a utilizzare software di grafica e video, tecniche di copywriting e storytelling applicate al contesto sociale, al fine di creare contenuti coinvolgenti e di impatto. La formazione comprende anche lo sviluppo di abilità nel public speaking e nella gestione delle relazioni con i media, competenze essenziali per un comunicatore efficace. Il Master promuove inoltre lo sviluppo di capacità di leadership e di lavoro in team multidisciplinari, preparando gli studenti a operare in contesti organizzativi complessi e a interagire con diversi stakeholder. Al termine del percorso formativo, i partecipanti saranno in grado di analizzare contesti sociali e organizzativi complessi, individuare le esigenze comunicative specifiche e progettare strategie non convenzionali in grado di raggiungere e coinvolgere il pubblico target. In definitiva il Master mira a formare professionisti dotati di uno sguardo critico e innovativo, capaci di apportare un valore aggiunto immediato alle organizzazioni con cui collaboreranno. Essi saranno in grado di contribuire attivamente alla realizzazione di iniziative orientate al cambiamento sociale, utilizzando la comunicazione come strumento strategico per promuovere trasformazioni positive nella società.</p> | |
| C2 - Prova Finale | Obbligatorio: Si University: Si |
| <p>La prova finale del Master consiste nello sviluppo e nella presentazione di un progetto originale di comunicazione per il cambiamento sociale, elaborato individualmente o in gruppo sotto la supervisione di un docente tutor. Questo progetto rappresenta l'opportunità per lo studente di applicare in modo integrato le conoscenze teoriche e le competenze pratiche acquisite durante il percorso formativo, affrontando una sfida reale proposta da una delle organizzazioni partner o individuata autonomamente. Il processo di elaborazione del progetto prevede diverse fasi. Inizialmente, lo studente condurrà un'analisi approfondita dell'organizzazione scelta, comprendendo la sua missione, i valori, il contesto operativo e gli obiettivi strategici. Sarà importante identificare le esigenze comunicative specifiche e le problematiche da affrontare. Successivamente, lo studente svilupperà una strategia di comunicazione non convenzionale, definendo obiettivi chiari, messaggi chiave, target di riferimento, strumenti e canali appropriati. Il progetto includerà la realizzazione di materiali prototipali che illustrino concretamente le proposte avanzate. Questi potranno comprendere concept creativi, storyboard, mock-up di campagne digitali, contenuti multimediali o altri supporti pertinenti. Sarà inoltre elaborato un piano di valutazione, con l'individuazione di metriche e indicatori per misurare l'efficacia della strategia proposta e l'impatto sul pubblico target. La presentazione finale del progetto avverrà davanti a una commissione composta da docenti del Master e professionisti del settore. Durante la discussione, lo studente avrà l'opportunità di illustrare il proprio lavoro, argomentando le scelte metodologiche effettuate e dimostrando la capacità di integrare teoria e pratica. La commissione valuterà l'originalità, la fattibilità e la coerenza della proposta, nonché le competenze espositive e la capacità di rispondere in modo critico alle domande poste. La prova finale rappresenta un momento culminante del percorso formativo, consentendo allo studente di dimostrare la propria professionalità e di confrontarsi con le sfide concrete del mondo della comunicazione per il cambiamento sociale. Il progetto potrà costituire un biglietto da visita significativo per l'ingresso nel mondo del lavoro, evidenziando le competenze acquisite e la capacità di apportare un contributo innovativo alle organizzazioni.</p> | |
| C3 - Prospettive occupazionali | Obbligatorio: Si University: Si |
| <p>I diplomati del Master saranno preparati per un mercato del lavoro in evoluzione, caratterizzato da una crescente richiesta di professionisti nella comunicazione per il cambiamento sociale. La formazione interdisciplinare e pratica permetterà di ricoprire ruoli strategici in diverse organizzazioni. Tra le principali prospettive occupazionali figura la posizione di Direttore Creativo in organizzazioni del terzo settore, ONG e fondazioni, dove si coordineranno campagne comunicative su tematiche sociali e ambientali. I diplomati potranno inoltre lavorare come Responsabile della Comunicazione Istituzionale presso enti pubblici, gestendo la comunicazione verso cittadini e stakeholder per migliorare trasparenza e partecipazione. Un altro sbocco è quello di Corporate Social Responsibility Manager in aziende private, dove si svilupperanno strategie di responsabilità sociale d'impresa. Le competenze acquisite consentiranno di operare come Consulenti per l'Innovazione e la Comunicazione Digitale, supportando organizzazioni nell'adozione di approcci comunicativi avanzati. Ulteriori opportunità includono i ruoli di Spin Doctor e Campaign Manager per campagne politiche ed elettorali, e di Project Manager per progetti sociali, coordinando iniziative orientate al cambiamento sociale. La posizione strategica di Roma, con la sua concentrazione di istituzioni politiche, enti pubblici e organizzazioni internazionali, offre significative opportunità di networking e sviluppo professionale per avviare una carriera di successo nel settore.</p> | |

Sezione D - Gestione Documenti

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------|
| D1 - Nota di richiesta di autorizzazione del Corso sottoscritta dal Direttore o dal Legale Rappresentante | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D2 - Delibera del Consiglio Accademico relativa all'istituzione e l'attivazione del corso di Master, contenente la Proposta di istituzione e attivazione del corso formulata dalla Struttura didattica proponente | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D3 - Delibera CdA relativa all'istituzione e l'attivazione del corso di Master, attestante in particolare la sostenibilità economico finanziaria dell'iniziativa e i compensi previsti per la docenza | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D4 - Regolamento del Corso di Master | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| D6 - Convenzioni tra le Istituzioni interessate (in caso di master interIstituzione) | Obbligatorio: No University: No | Documento Inserito |
| D7 - Convenzioni con il mondo imprenditoriale attinenti al corso | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D8 - Regolamento didattico dell'Istituzione e atto di approvazione ministeriale | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D9 - Decreto di autorizzazione del Triennio di riferimento | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D10 - Attestazione del Direttore di ASSENZA DI ONERI AGGIUNTIVI A CARICO DELLO STATO per le modifiche richieste | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D11 - Dichiarazione rilasciata dal Direttore dell'Istituzione sulla veridicità e conformità delle dichiarazioni rese e dei documenti inseriti nell'istanza prodotta con la procedura CINECA per il riscontro della conformità dei percorsi formativi alle statuizioni contenute nel D.P.R. 212 del 8.7.2005 e D.M. n. 14 del 2018 | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D13 - Preavviso di richiesta ampliamento | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |
| D14 - Valutazione periodica favorevole | Obbligatorio: Si University: No | Documento Inserito |

Sezione E - Valutazione ANVUR

E1 - Requisiti di docenza

E1.1 - Per i docenti a contratto, descrivere le procedure di reclutamento adottate e fornire la documentazione utilizzata

Documento
inserito

E1.2 - Curriculum del Coordinatore del Master Comprovare in particolare:

- l'afferenza all' Istituzione proponente
- l'elevata e qualificata competenza nel settore
- i risultati di particolare e documentato rilievo in ambito scientifico/artistico e professionale.

Nel caso di Master di II livello il CV dovrà attestare anche il coordinamento di gruppi di ricerca e/o di progetti (o di unità di progetto) nazionali o internazionali di ambito artistico.

Documento
inserito

E1.10 - ULTIMA RELAZIONE ANNUALE DEL NUCLEO DI VALUTAZIONE

Documento
inserito

Indirizzo: Generico

È necessario utilizzare esclusivamente il "template" ([scarica](#)) ANVUR messo a disposizione, firmato dal docente, datato e corredato da una fotocopia di identità (in formato .pdf);

| Settore (Gruppo) | Disciplina | CFA | Docente - Ruolo - Settore - Curriculum (solo se richiesto) |
|---------------------------|----------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------|
| Primo anno cfa: 60 | | | |
| ABLE 69 | Fondamenti di marketing culturale | 10 | Tartaglia Alessandro - Docente a Contratto - ABLE 69 [Cv inserito] |
| ABLE 70 | Diritto dell'informazione e della comunicazione digitale | 4 | Salvini Enrico - Docente a Contratto - ABLE70 [Cv inserito] |
| ABPC 66 | Storia e teoria dei nuovi media | 6 | D'agosta Fabrizio - Docente a Contratto - ABPC 65 [Cv inserito] |
| ABPC 68 | Elementi di storia della comunicazione sociale | 8 | Natella Andrea - Coordinatore - ABPC 68 [Cv inserito] |
| ABPR 19 | Grafica multimediale | 4 | Arduini Stefano - Docente a Contratto - ABPR 19 [Cv inserito] |
| ABTEC 37 | Metodologia progettuale della comunicazione visiva | 6 | Terragna Lorenzo - Docente a Contratto - ABTEC 37 [Cv inserito] |

| Settore (Gruppo) | Disciplina | CFA | Docente - Ruolo - Settore - Curriculum (solo se richiesto) |
|------------------|----------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ABTEC 40 | Progettazione multimediale | 4 | Michiorri Marco - Docente a Contratto - ABTEC 40 [Cv inserito] |
| Altro | Lectures | 2 | No Docente No Docente - Docente a Contratto - XXX - Altre attività formative non frontali [Cv inserito] |
| Prova Finale | | 6 | |
| Stage/Tirocini | | 10 | |

E2 - Requisiti di sostenibilità finanziaria e esiti

E2.1 - Bilancio di esercizio dell'Istituzione dell'ultimo triennio

Documento inserito

E2.2 - Piano finanziario comprovante la piena sostenibilità del progetto formativo del Corso in oggetto e la sua evoluzione nel tempo

Documento inserito

E2.3 - Valutazione dei risultati Relazione del Coordinatore sull'attività svolta e sui risultati conseguiti, anche sulla base degli esiti di processi di verifica della soddisfazione degli iscritti e delle ricadute professionali del titolo

Documento inserito

E2.1 Consiglio di Corso (numero di componenti)

E2.2 Numero di docenti interni all'Istituzione

E2.3 Numero di Tutor
