



ISTITUTO UNINTESS

ISTITUTO UNIFICATO NAZIONALE PER LE TECNOLOGIE
APPLICATE ALLE SCIENZE SOCIALI
Dipartimento di Scienze della Comunicazione
Capo Dipartimento: Prof. Gianluigi ROSSI
Sito internet: www.unintess.it – E-mail: info@unintess.it

Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione



*"Comunicare l'un l'altro, scambiarsi informazioni è natura;
tenere conto delle informazioni che ci vengono date è cultura"*

Johann Wolfgang Goethe

Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione



1. PRESENTAZIONE

Obiettivo del Master, sviluppato in chiave interdisciplinare, è quello di permettere allo studente di acquisire un'elevata "expertise" indispensabile per operare nell'ambito delle Relazioni Pubbliche e della Comunicazione.

Il Master si propone, inoltre, di fornire le teorie di base, le metodologie e gli strumenti pratici per poter realizzare strategie ed azioni di comunicazione interna ed esterna, istituzionale e di servizio, utili a svolgere il lavoro di comunicazione per conto di enti pubblici, istituzioni e aziende.

2. DESTINATARI

Il Master è diretto a:

- Dirigenti, civili e militari, che intendano ampliare e approfondire le competenze professionali in materia;
- Professionisti, laureati e diplomati che vogliono accrescere la propria preparazione professionale, acquisendo una specifica conoscenza nel campo delle Relazioni Pubbliche e della Comunicazione;
- Quadri e dipendenti delle Organizzazioni Internazionali e degli Enti pubblici e privati che siano chiamati ad operare nel settore della Comunicazione;
- Tutti coloro che, dotati di forte spinta motivazionale, desiderino acquisire un'adeguata conoscenza nelle materie oggetto di trattazione.

3. METODOLOGIA

UNINTESS affianca alle metodologie tradizionali, attraverso l'organizzazione d'incontri frontali, l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche che permettono la realizzazione di progetti formativi in "e-learning", in grado di superare le barriere spazio temporali.

Il Master proposto adotta la metodologia innovativa della formazione on-line (Formazione informatica a domicilio), che consente agli iscritti di seguire le lezioni in qualsiasi luogo (è sufficiente l'accesso a Internet) e in qualsiasi momento (nei limiti delle scadenze temporali fissate dal docente) utilizzando lo strumento informatico.

Le sinossi, vengono, infatti, erogate direttamente alla casella di posta elettronica del corsista, venendo incontro a esigenze lavorative, familiari e di distanza geografica.



4. PROGRAMMA ⁽¹⁾

Per il conseguimento del Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione è necessario aver superato otto esami. Gli esami relativi ai corsi del primo modulo debbono essere sostenuti prima di quelli relativi ai corsi del secondo modulo.

Il Programma del Master è, infatti, articolato in 2 Moduli didattici interdisciplinari, ciascuno dei quali si compone di 4 Corsi, come di seguito specificato:

4.1 Primo Modulo

4.1.1 Le Relazioni pubbliche nella comunicazione

Il Corso analizza il significato della comunicazione, spaziando dai meccanismi della relazione interpersonale alla comunicazione d'impresa.

È affrontato anche lo studio di cenni storici sulle relazioni pubbliche. Vengono, infine, definite le caratteristiche delle Relazioni pubbliche e delle altre attività di comunicazione e le differenze fondamentali tra le Relazioni Pubbliche e la pubblicità.

Docente: Antonio ALBANESE

4.1.2 L'Arte della Comunicazione

Comunicazione interpersonale: Discuteremo di strategie, parleremo dei tre pilastri su cui si regge la Programmazione neuro linguistica ovvero i tre settori principali che possono aiutarci a crescere, a migliorarci ogni giorno, sia da un punto di vista personale sia professionale.

Public Speaking: come si fa a rendere comunicabile un'idea, un messaggio, un progetto? Come si struttura un discorso? In quale ordine è consigliabile mettere a fuoco gli argomenti?

Docente: Alberto LORI



4.1.3 Comunicazione politica

Da molti anni la comunicazione politica si è posta prepotentemente al centro degli scenari politici e istituzionali di tutti i paesi democratici, diventando risorsa di potere, oggetto di competizione politica, strumento di lotta e luogo di scontro tra forze politiche, economiche e culturali.

Oggi, nell'era della comunicazione di massa e alla vigilia della rivoluzione digitale delle tecnologie della comunicazione, il rapporto tra politica e comunicazione ha raggiunto livelli di necessità e d'interdipendenza impensabili fino ad un secolo fa.

Il Corso affronta lo studio di questo importante settore della comunicazione.

Docente: da designare

4.1.4 Relazioni con i media

Per relazioni con i media s'intende il complesso delle attività di informazione, relazione e comunicazione progettate e realizzate specificamente nei confronti dei mezzi di informazione di massa, al fine di trasferire loro i messaggi ritenuti rilevanti da parte dell'organizzazione.

Quest'attività è il nucleo storico primario della comunicazione attuata attraverso le relazioni pubbliche ed è definito in genere "ufficio stampa": molto più correttamente, per identificarne la natura dinamica e non burocratica, è bene definirla "funzione di relazione coni media" o, all'inglese, media relations.

Docente: Vera OBRIJANU

4.2 Secondo Modulo

4.2.1 Comunicazione in emergenza

Il Corso tratta: la Comunicazione Strategica; la Comunicazione Efficace; impatto psicosociale del messaggio; la Comunicazione ed i Mass Media; la Comunicazione con i bambini in caso di Emergenza.

Docente: Federica ALDROVANDI



4.2.2 Comunicazione pubblicitaria

Il Corso affronta i seguenti argomenti: Concetti e definizioni; l'immagine aziendale; l'atmosfera del messaggio; pubblicità e società; le responsabilità sociali delle imprese; la forza e la violenza nella pubblicità; il rapporto con i consumatori; l'ideologia pubblicitaria; il linguaggio pubblicitario e le sue influenze; norme di comportamento, valori assoluti; rappresentazione deformata della realtà e sovrastrutture devianti del messaggio pubblicitario; la pubblicità tra etica, economia e mass media.

Docente: Vera OBRIJANU

4.2.3 Strategicità delle relazioni pubbliche

Il Corso affronta, nell'ambito della strategicità delle relazioni pubbliche, le finalità delle stesse e il ruolo degli interlocutori. Vengono esaminate, inoltre, le relazioni interne, i molteplici ruoli del relatore pubblico e la comunicazione integrata.

Docente: Salvatore CALACIURA

4.2.4 Piano di Comunicazione (2)

Per raggiungere in modo efficace, organico e professionale i pubblici d'interesse le attività di Relazioni Pubbliche devono essere organizzate sulla base di una precisa programmazione che tenga conto di alcuni elementi strategici, fra cui: obiettivi, target, tempi, costi. In altri termini, occorre redigere sempre un piano di comunicazione.

A maggior ragione è opportuno che le organizzazioni più complesse si dotino di un piano di comunicazione, sia per raggiungere scopi strategicamente rilevanti, sia per finalità tattiche e limitate nel tempo.

Il Corso, inoltre, affronta lo studio delle metodologie per la realizzazione del piano di comunicazione, con particolare attenzione per le metodologie elaborate da Emanuele Invernizzi e da Toni Muzi Falconi.

Docente: da designare

Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione



5. DOCENTI

Antonio ALBANESE

Iscritto all'ordine nazionale dei giornalisti. Direttore Responsabile dell'agenzia giornalistica AGC COMMUNICATION. Già Direttore di testata di Radio Antenna 1 e Caporedattore Rivista AREA.

Federica ALDOVRANDI

Già Professore di Psicologia della Comunicazione - Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma - Facoltà di Medicina e Chirurgia

Salvatore CALACIURA

Direttore responsabile dell'agenzia di comunicazione telematica "SICILIAINFO" - Collaboratore de "La Sicilia" e del Canale Satellitale "Oasi TV"

Vera OBRIJANU

Direttrice del Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione. Laureata in Giornalismo e Comunicazione scientifica

Alberto LORI

Giornalista freelance e voce di documentari e rubriche Rai TV di successo come: Mixer, Ultimo Minuto, SuperQuark, Sorgente di Vita, Sfide, La Storia siamo noi, Porta a Porta

NOTE:

- (1) La Direzione del Corso si riserva la facoltà di apportare al programma le variazioni che si rendessero necessarie per ragioni didattiche e/o organizzative.
- (2) Gli insegnamenti contrassegnati sono in attesa di nomina del docente.

6. DOMANDA DI ISCRIZIONE

I candidati potranno presentare domanda d'iscrizione al Master, usando l'apposito modulo.

La quota d'iscrizione per il Master è di € 1.000,00 (mille/00), salvo i casi di cui alle voci "Riduzione Quota Iscrizione" e "Borsa di Studio", di cui al presente Bando.

Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione



Tutti i versamenti devono essere effettuati su BancoPosta Codice IBAN **IT96 D076 0111 7000 0104 2724 797**, oppure effettuando un versamento su Conto Corrente Postale n. **1042724797** intestato **UNINTESS** - Causale: **Master RPC**.

La quota dovrà essere versata secondo le seguenti modalità:

CATEGORIA APPARTENENZA FREQUENTATORE	1^ RATA (DA VERSARE AL MOMENTO DELL'ISCRIZIONE)	2^ RATA (DA VERSARE PRIMA DELLA RICEZIONE DELLA 5^ SINOSSI)
Iscritto ordinario	€ 500,00	€ 500,00
Iscritto beneficiario di una delle riduzioni di cui al presente bando	€ 500,00	Non dovuta

L'iscrizione dovrà pervenire alla Segreteria Organizzativa.
Il modulo debitamente compilato e sottoscritto, va inviato, per posta elettronica, all'indirizzo info@unintess.it.

7. RIDUZIONI QUOTA DI ISCRIZIONE

UNINTESS riconosce una riduzione del 50% sulla quota d'iscrizione alle sotto elencate categorie:

- Dipendenti di Enti pubblici
- Iscritti all'Albo dei giornalisti ed aspiranti giornalisti
- Responsabili della Comunicazione di Organismi pubblici e privati
- Appartenenti alle Forze Armate, ai Corpi di Polizia ed ai Corpi ausiliari
- Operatori del Settore della Sicurezza ed investigazione privata

L'importo dovuto da tali soggetti è, dunque, pari ad € 500,00 (cinquecento/00).

Al momento dell'iscrizione occorre che gli aventi titolo alla riduzione, barrino l'apposita casella nel modulo di iscrizione.

Aziende/Associazioni che al momento non risultano ricompresi tra quelli sopra elencati e desiderino ottenere l'estensione dei benefici di cui sopra anche ai propri dipendenti/appartenenti potranno avanzare specifica istanza alla Segreteria della UNINTESS, per posta elettronica, all'indirizzo info@unintess.it.

Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione



8. BORSA DI STUDIO

UNINTESS riconosce agli Studenti Universitari, ai disoccupati/inoccupati e pensionati una Borsa di Studio per un ammontare di € 500,00 sulla quota di iscrizione.

L'importo dovuto dagli appartenenti a queste categorie è, dunque, pari ad € 500,00 (cinquecento/00).

9. VALUTAZIONE

Lo studente sostiene n. 8 accertamenti, somministrati nella forma del Test a risposta multipla, vertenti gli argomenti trattati nell'ambito di ciascun modulo. Il punteggio finale è pari alla media aritmetica dei punteggi ottenuti nelle suddette prove.

Ciascuna prova s'intenderà superata ottenendo il punteggio minimo di 18/trentesimi.

10. MODALITA' SVOLGIMENTO MASTER

Lo studente riceve le sinossi relative agli insegnamenti del primo modulo presso l'indirizzo di posta elettronica indicato al momento dell'iscrizione, mentre le altre quattro vengono recapitate, dopo aver sostenuto gli esami relativi ai primi 4 insegnamenti.

Lo studente potrà chiedere di sostenere l'esame di profitto dopo che siano decorsi almeno 3 mesi dalla ricezione delle sinossi.

Allo scopo di non decadere dal diritto di partecipare al Master è necessario ultimare gli esami non oltre il 18° mese successivo all'iscrizione.

11. DURATA

Il Corso prevede un impegno complessivo di circa **400** ore:
240 ore di Lezione "a distanza";
24 ore di ricerca;
120 ore di studio individuale;
16 ore per lo svolgimento degli esami di profitto.

Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione



12. ATTESTAZIONE

Alla fine del Master, la UNINTESS rilascerà a tutti coloro che saranno valutati idonei, a seguito del superamento dei prescritti esami di profitto, un Diploma che attesta formalmente il raggiungimento di un elevato livello di conoscenza degli argomenti trattati nel programma del Master.

13. CFU (CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI)

Le università possono riconoscere come crediti anche conoscenze (ad esempio di tipo linguistico o informatico) e competenze professionali, acquisite in ambiti extra-universitari purché certificate.

Il Diploma rilasciato al termine del "Master in Relazioni Pubbliche e Comunicazione" non comporta il riconoscimento di Crediti Formativi Universitari (CFU) da parte di UNINTESS, ma può essere sottoposto dallo studente al proprio Consiglio di Corso di Laurea affinché tale attestato sia fatto valere come CFU curricolare.

14. CONTATTI

E' possibile richiedere ulteriori informazioni, presso la Segreteria, ai seguenti recapiti:

e-mail: **info@unintess.it**

