



UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Pubblicità, Comunicazione digitale e Creatività d'Impresa LM-59

**Verifica di coerenza
profili in uscita e offerta formativa**

Matrice di Tuning - 2022

Sezione A2.A4. Competenze associate alla funzione – Descrittori di dublino - Aree di apprendimento - Risultati di apprendimento

COMPETENZE E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI																					
Descrittori di Dublino	1. Conoscenza e comprensione							2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione							3. Autonomia di giudizio	4. Abilità comunicative			5. Capacità di apprendimento		
	Area di apprendimento 1: Comunicazione d'impresa				Area di apprendimento 2: Linguaggi, comunicazione sociale e digitale			Area di apprendimento 1: Comunicazione d'impresa				Area di apprendimento 2: Linguaggi, comunicazione sociale e digitale				RAA 4.1: Utilizzare in modo appropriato concetti, termini e teorie specifici di ogni disciplina.	RAA 4.2: Competenze comunicative per presentare adeguatamente i risultati delle analisi di ogni progetto.	RAA 4.3: Gestire le relazioni all'interno dei gruppi di lavoro (Team working)	RAA 5.1: Capacità di accedere in modo autonomo conoscenza e di sapere applicare l'applicazione a specifici contesti.	RAA 5.2: Contribuire in modo critico a risolvere un problema decisionale e riconoscere metodi e strumenti per la sua risoluzione.	RAA 5.3: Sviluppare il senso critico sui principali fenomeni comunicativi studiati
Competenze associate alle funzioni:	RAA 1.1.1: Conoscenza dei modelli e degli strumenti della comunicazione di marca	RAA 1.1.2: Conoscenza di modelli e tecniche della comunicazione pubblicitaria e conoscenza delle dinamiche del consumo	RAA 1.1.3: Conoscenza delle attività organizzative per la produzione dei piani strategici di marketing	RAA 1.1.4: Conoscenza degli strumenti e tecniche per la comprensione e la rappresentazione di fenomeni economici, sociali e culturali	RAA 1.2.1: Conoscenza dei principali fenomeni comunicativi nei contesti sociali e culturali	RAA 1.2.2: Conoscenza di modelli e strumenti della comunicazione multimediale, del web e dei social media	RAA 1.2.3: Conoscenza linguistica, semiotica e psicologica della comunicazione persuasiva, digitale, pubblicitaria e multimediale.	RAA 2.1.1: Capacità di riconoscere il contesto economico-sociale di riferimento e di utilizzare i modelli di comunicazione di marca e content.	RAA 2.1.2: Capacità di riconoscere il contesto sociale e culturale del consumatore e di utilizzare modelli e tecniche della comunicazione pubblicitaria.	RAA 2.1.3: Capacità di produrre progetti e piani di comunicazione e strategie di marketing	RAA 2.1.4: Capacità di applicare strumenti e tecniche per la rilevazione e l'analisi dei dati riguardanti fenomeni economici, sociali e culturali.	RAA 2.2.1: Comprendere e applicare le teorie della comunicazione applicate a fenomeni sociali e culturali	RAA 2.2.2: Capacità di progettare prodotti comunicativi multi-mediali e social	RAA 2.2.3: Capacità di interpretare e produrre analisi critica della comunicazione persuasiva, digitale, pubblicitaria e multimediale.	RAA 3.1: Capacità di integrare la conoscenza in ambito della comunicazione d'impresa, mediale e social; riconoscere consapevolmente metodologie e tecniche di analisi di organizzazioni, dati e materiali; criticamente e interpretare il ruolo della comunicazione in varioposti contesti sociali e culturali.	RAA 4.1: Utilizzare in modo appropriato concetti, termini e teorie specifici di ogni disciplina.	RAA 4.2: Competenze comunicative per presentare adeguatamente i risultati delle analisi di ogni progetto.	RAA 4.3: Gestire le relazioni all'interno dei gruppi di lavoro (Team working)	RAA 5.1: Capacità di accedere in modo autonomo conoscenza e di sapere applicare l'applicazione a specifici contesti.	RAA 5.2: Contribuire in modo critico a risolvere un problema decisionale e riconoscere metodi e strumenti per la sua risoluzione.	RAA 5.3: Sviluppare il senso critico sui principali fenomeni comunicativi studiati
Competenza 1: Competenze tecniche e strumenti per l'analisi dei dati al fine della pianificazione e la gestione della comunicazione d'impresa.	x		x	x				x		x	x			x				x		x	
Competenza 2: Competenze e strumenti per la realizzazione di prodotti comunicativi e campagne pubblicitarie e promozionali.	x	x	x		x		x	x	x	x		x			x				x		
Competenza 3: Conoscenza avanzata sui format e i linguaggi multimediali più idonei e veicolare contenuti efficaci su media e piattaforme digitali.					x	x	x				x	x	x	x	x	x				x	
Competenza 4: Competenze relative al coordinamento strategico e alla gestione del lavoro creativo, in un'ottica di comunicazione integrata e transmediale.	x		x		x	x		x		x		x	x		x			x	x		
Competenza 5: Competenze avanzate sui fenomeni sociali e culturali necessarie per intraprendere qualsiasi azione di comunicazione finalizzata.				x	x		x				x	x		x	x				x	x	
Competenza 6: Competenze metodologiche e organizzative per ogni attività di content creator in ambito di comunicazione d'impresa, pubblicitaria e multimediale.	x	x	x			x	x	x	x	x		x	x	x	x		x	x	x	x	

