



**UNIMORE**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

---

**Dipartimento di Comunicazione  
ed Economia**

Sede  
Viale Allegri, 9 · 42121 Reggio Emilia, Italia  
T +39 0522 523200 · F +39 0522 523205

[www.unimore.it](http://www.unimore.it)  
[www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it)

### **COMITATO D'INDIRIZZO DIGITAL MARKETING (L-18) – 5 APRILE 2019**

*Il comitato d'indirizzo di Digital Marketing, riunito in data 5 Aprile 2019, ore 14.30, presso la sede del Prorettorato di Reggio Emilia, con la presenza di:*

*dott. Fabio Storchi, presidente Unindustria Reggio Emilia*  
*dott. Seligardi, Unindustria Education, Reggio Emilia*  
*dott. Antonio Farini, Divisione digitale, Max Mara Fashion Group, Reggio Emilia*  
*dott. Pergreffi, Strategic Innovation and HRS, Max Mara Fashion Group, Reggio Emilia*  
*dott.ssa Marianna Banchetta, Credem Education, Reggio Emilia*  
*prof. Riccardo Ferretti, Prorettore, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia*  
*prof. Giovanna Galli, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia*  
*prof. Maria Cristiana Martini, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia*

*analizza la proposta di istituzione del nuovo corso di laurea in Digital Marketing nel contesto dell'offerta formativa già attivata presso il Dipartimento di Comunicazione ed Economia, al fine di giungere, in una seduta successiva a profilare in modo definitivo il documento di programma con i contenuti degli insegnamenti dell'istituendo corso di studi coerenti con gli obiettivi formativi ed i profili professionali in uscita già individuati e sottoposti all'approvazione del CUN e all'accREDITAMENTO iniziale ANVUR.*

La prof.ssa Martini descrive l'organizzazione dell'offerta didattica del dipartimento composta da due corsi di laurea in Scienze della Comunicazione e Marketing e Organizzazione d'Impresa e tre corsi di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione digitale e Creatività d'Impresa, Management e Comunicazione d'Impresa e Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni. Ricorda inoltre gli obiettivi formativi di ciascun. Corso di studi ed i risultati di apprendimento attesi.

Si sofferma, in particolare sul corso di laurea in Scienze della Comunicazione e sul corso di laurea in Pubblicità, Comunicazione digitale e creatività d'Impresa per illustrare i principali contenuti degli insegnamenti erogati e associarli agli obiettivi formativi e alle figure professionali in uscita. Emerge pertanto, sia nel percorso di primo livello sia in quello di secondo livello, la prevalenza di insegnamenti finalizzati a fornire competenze su modelli e contenuti comunicativi in ambito economico ed istituzionale. In particolare, gli insegnamenti condivisi di semiotica, psicologia sociale, sociologia generale e linguistica sono finalizzati a creare le competenze di base necessarie per progettare e gestire contenuti di comunicazione anche trans-mediali.

In sostanza l'offerta del nuovo corso di laurea in Digital Marketing non crea sovrapposizione di profili in uscita, essendo orientato a profili in uscita capaci di coordinare e dare esecuzione alle attività di marketing in ambito digitale, con una specializzazione nelle competenze gestionali.

La prof.ssa Galli interviene per illustrare profili in uscita, obiettivi formativi e risultati di apprendimento atteso del corso di laurea in Marketing e Organizzazione d'Impresa e del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa. Il percorso di primo livello in area economico-gestionale fornisce gli strumenti per l'esecuzione ed il coordinamento delle attività di marketing, senza specifici approfondimenti strategici ed operativi relativi ai mercati digitali. Il corso di laurea Magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa, ancora in classe economico-gestionale, è organizzata in due indirizzi, di cui il primo finalizzato a fornire



**UNIMORE**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

---

Dipartimento di Comunicazione  
ed Economia

le competenze per un ruolo di coordinamento delle strategie di marketing con le relative attività di comunicazione e branding e il secondo incentrato sulle competenze per la gestione economico-finanziaria con i relativi strumenti di comunicazione obbligatoria e non obbligatoria.

La prof.ssa Galli aggiunge una breve descrizione anche dei profili in uscita, obiettivi di apprendimento e risultati attesi per il corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni. Il corso appare sicuramente più distante rispetto agli altri, in virtù delle competenze gestionali e giuridiche fornite per il coordinamento delle attività programmatiche delle pubbliche amministrazioni (indirizzo public management) e delle attività di crescita internazionale (indirizzo international business and law).

Pertanto, sulla base di queste sintetiche descrizioni, emerge il ruolo di complementarità nei profili in uscita, obiettivi formativi e risultati di apprendimento attesi del corso di laurea in Digital Marketing rispetto agli altri corsi di laurea di primo livello illustrati.

I corsi di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione digitale e Creatività d'Impresa e Management e Comunicazione d'Impresa evidenziano la capacità, seppur parziale, di rispondere alla domanda di formazione degli studenti che usciranno da Digital Marketing, intenzionati a proseguire il loro percorso formativo con studi di livello superiore. I corsi di richiederanno, alla luce di questa parziale coerenza, una riprogettazione per garantire una più ampia corrispondenza tra i profili in uscita dal primo livello e la proposta formativa delle lauree magistrali.

Il comitato d'indirizzo prende atto della presentazione dell'offerta formativa di dipartimento e constata con soddisfazione l'assenza di sovrapposizione di Digital Marketing con gli altri corsi di laurea e il suo ruolo innovativo nei profili in uscita, nei contenuti e nelle metodologie didattiche.

La seduta è tolta alle 17.00

Il direttore di Dipartimento  
Maria Cristiana Martini