



**Corso Master universitario di I livello in Comunicazione digitale, mobile e social
scheda allegata al bando per l'ammissione ai corsi per master universitario
Anno Accademico 2022/2023**

Mobile, social and digital communication

Istituito ai sensi del D.M. 22/10/2004 n. 270, realizzato ai sensi dell'art. 8 del Regolamento Didattico di Ateneo e del Regolamento Master Universitari e Formazione finalizzata e permanente (pubblicato al link <https://www.unipr.it/documenti/regolamento-master-universitari-e-formazione-finalizzata-e-permanente>) sulla base della deliberazione del Senato Accademico 28-04-2022/48 e del Consiglio di Amministrazione 29-04-2022/143

| | |
|--|---|
| Informazioni didattiche | Dipartimento proponente: Discipline Umanistiche Sociali e delle Imprese Culturali Nome Presidente: prof. Alberto Salarelli Contatti per informazioni didattiche: prof. Giorgio Triani (giorgio.triani@unipr.it – 0521032366) |
| Durata | Annuale |
| Ambito | Giornalismo e Informazione |
| Periodo di inizio delle attività didattiche del Corso | Novembre 2022 |
| Sede | Università di Parma Dipartimento di Discipline Umanistiche Sociali e delle Imprese Culturali |
| Modalità di erogazione delle attività formative | Le attività didattiche del Master saranno erogate in presenza. |
| Sito web del corso | http://www.webmediamaster.unipr.it/ |
| Credi formativi universitari rilasciati | 60 |
| Modalità di frequenza e percentuale minima richiesta | |
| Venerdì (intera giornata); sabato mattina; un giovedì (intera giornata) al mese. Il Master sarà articolato in lezioni frontali suddivise in 13 insegnamenti fondamentali, integrati con stage, laboratori, seminari e workshop. Tali attività si riassumeranno in uno o più project work che saranno identificati e realizzati in collaborazione con le imprese e aziende coinvolte sulla base di esigenze reali di mercato. La frequenza obbligatoria è del 70% (didattica frontale e stage). | |
| Modalità di accesso: Titoli e colloquio (in lingua italiana) | |
| Profilo professionale che il corso intende formare | |



Giornalisti e comunicatori che abbiano le competenze teoriche e pratiche per la produzione, la pianificazione e la distribuzione di contenuti multimediali (on line e sul web) di ultima generazione, con particolare riguardo a social network, social media, realtà aumentata e Internet delle cose.

Descrizione dei contenuti e dei moduli formativi

Il Master formerà una figura professionale in grado di utilizzare e gestire, dal punto di vista sia strategico sia operativo, strumenti e tecniche per la produzione e la distribuzione di contenuti digitali con particolare riguardo a quelli divulgati via web&social.

Il professionista formato dal Master saprà creare prodotti info-comunicativi di qualità e distribuirli su media e piattaforme di differente natura, con particolare riferimento alle caratteristiche, anche di audience, dei devices mobili. Sarà un comunicatore crossmediale. Anche in termini di pianificazione, non solo pubblicitaria, e di gestione delle app e dei tool che ottimizzano la presenza sul web delle imprese per le quali lavora. Un analista di comunicazione, grazie alla conoscenza dei principali dataset e delle regole auree del digital marketing, in grado di consentirgli un utilizzo avanzato di analitiche, metriche e insights.

Questo professionista sarà anche un'eccellente interfaccia fra impresa e professioni della comunicazione, con particolare riferimento alle richieste web&social che provengono da Industry 4.0 e dal mondo della fabbricazione digitale, richieste che sono sempre più articolate, raffinate e numerose per effetto di un processo di innovazione accelerato che si traduce anche in continue, incessanti modificazioni degli interessi di un utente ormai fisiologicamente mobile.

Questi obiettivi saranno conseguiti attraverso l'acquisizione di 60 CFU, articolati in lezioni frontali suddivise in 13 insegnamenti fondamentali, integrati con stage, laboratori, seminari e workshop. Tali attività si riassumeranno in uno o più project work che saranno identificati e realizzati in collaborazione con le imprese e aziende coinvolte sulla base di esigenze reali di mercato. Non saranno cioè mere esercitazioni, ma progetti pensati per essere concretamente realizzati grazie anche alla compresenza nel corpo docente di professori universitari e professionisti provenienti dal mercato della comunicazione, dall'ambito giornalistico, pubblicitario e delle imprese web&social oriented.

Lo stage aziendale è parte integrante del Master: esso ha lo scopo di introdurre il corsista al mercato del lavoro mettendolo in condizione di sperimentare sul campo le nozioni apprese durante le lezioni in aula e in laboratorio.

Il/i project work, che saranno stabiliti in accordo o anche sulla base delle proposte dei masteristi stessi, oltre che delle opportunità di mercato, saranno momenti centrali e caratterizzanti del processo e dei contenuti formativi.

Ad essi infatti faranno riferimento i numerosi laboratori, seminari e workshop fortemente caratterizzati in senso pratico e operativo. Ad esempio: uso dei cms (wordpress in particolare), gestione "giornalistica" e redazionale dei canali social, realizzazione di video e animazioni, elementi essenziali di graphic&web design, ideazione di app, strumenti e tool per la comunicazione mobile, gestione del rischio, applicativi di data journalism...). In tutti questi casi il masterista sarà messo in condizione di avere gli strumenti concettuali e operativi necessari per curare e realizzare, ma anche progettare e/o collaborare alla redazione di eventi di comunicazione, campagne pubblicitarie e marketing, piani editoriali, redazione di testi specificamente pensati per siti web o social network.

La collocazione dei diversi masteristi in stage tenderà a privilegiare le aziende interessate al proseguimento del rapporto. Le aziende vengono contattate generalmente attraverso le associazioni di categoria (UPI e CNA) e i media locali (pagina "economia impresa" Gazzetta di Parma / Sito parma.repubblica.it).

Sulla base dell'esperienza delle precedenti edizioni del Master sappiamo (ed è prevedibile ipotizzare) una consistente platea potenziale di aziende start up o nuove imprese digitali interessate a ospitare in stage i corsisti.



La prova finale consiste nella discussione di un lavoro/progetto nato nell'ambito di un insegnamento impartito durante il corso o avviato nell'ambito di uno dei project work. La prova finale sarà presentata e discussa davanti alla commissione formata dai docenti del Master.

Requisiti di accesso

L'ammissione al Corso è subordinata al superamento di un colloquio di selezione al quale possono partecipare coloro che, alla data dell'esame, siano in possesso di uno dei seguenti titoli di studio:

Lauree triennali, quadriennali V.O., specialistiche e magistrali, con preferenza per quelle attinenti a Comunicazione, Giornalismo, Lettere, Economia, Giurisprudenza, Beni Culturali, Lingue; titolo rilasciato all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente dal Comitato Esecutivo ai soli fini di iscrizione al corso.

POSTI A BANDO

| | |
|--|-----------------------------------|
| Minimo | 12 |
| Massimo | 25 |
| Apertura delle domande di iscrizione al concorso online | 06/09/2022 alle ore 12 |
| Chiusura delle domande di iscrizione al concorso online e termine ultimo pagamento degli oneri di ammissione al master di 30 euro (in nessun caso rimborsabile) | 28/10/2022 ore 12 |

Contributo di immatricolazione

€ 3.684,00

(comprensiva di € 16 per bollo virtuale)

Prima rata euro 1.984,00 all'atto dell'immatricolazione

Seconda rata euro 1.000,00 (da versarsi entro il da versarsi entro il 20/12/2022)

Terza rata euro 700,00 (da versarsi entro il 31/01/2023)

Agevolazioni per candidati in servizio presso Amministrazioni pubbliche

In base al Protocollo di Intesa tra il Ministero per la pubblica amministrazione e l'Università degli Studi di Parma per il rafforzamento delle conoscenze e delle competenze del personale in servizio nelle pubbliche amministrazioni, possono essere ammessi al Master **5** candidati in servizio presso le PA con un contributo di iscrizione agevolato, pari ad **euro 2.583,60** (comprensivo di € 16 per bollo virtuale), anziché di euro 3.684,00. Viene quindi prevista l'applicazione di una **riduzione in misura pari al 30%** calcolata sulla quota di contribuzione studentesca.

Il candidato interessato, in fase di iscrizione al concorso online al Master, dovrà allegare **obbligatoriamente** in procedura informatica, oltre ai documenti previsti, anche:

- l'autodichiarazione di essere dipendente pubblico a tempo determinato o indeterminato;
- la relazione in cui sono esposte le motivazioni che supportano la candidatura, anche con riferimento alle particolari caratteristiche professionali del dipendente

ALLEGATI OBBLIGATORI ALLA DOMANDA ONLINE

- Curriculum vitae europeo
- autocertificazione del titolo di Laurea scaricata dai sistemi informativi di ateneo o redatta di proprio pugno da ciascun candidato



ALLEGATI FACOLTATIVI ALLA DOMANDA ONLINE

Possono essere facoltativamente allegati alla domanda le opportune certificazioni - valutabili dalla commissione – in merito a:

- conoscenza della lingua inglese
- competenze informatiche
- esperienze professionali inerenti ai temi del corso
- eventuali pubblicazioni inerenti ai temi del corso
- modulo colloquio orale a distanza
- Autocertificazione status dipendente pubblico
- Relazione di supporto alla candidatura

PROVA: titoli e colloquio

DATA PROVA: 7 novembre 2022 ORE 10.00

LUOGO: Dip. DUSIC – Unità di Italianistica, Via D'Azeglio 85, Parma

I candidati possono richiedere di poter sostenere il colloquio di selezione in via telematica, in tal caso dovranno caricare l'apposito modulo durante la procedura di iscrizione alla selezione.

Il colloquio in modalità telematica avverrà utilizzando l'applicativo Teams.

Sarà attivata, nella data della prova di ammissione, una video call per l'espletamento in remoto del colloquio. I candidati dovranno disporre del collegamento audio e video e procedere all'identificazione esibendo un idoneo documento di identità.

Come garanzia di trasparenza, all'inizio del colloquio di selezione verranno comunicati ai presenti l'elenco e l'orario dei candidati che avranno optato per la modalità in remoto al fine di garantire ai candidati in presenza la possibilità di assistere a tali colloqui.

CALENDARIO DELL'IMMATRICOLAZIONE

PUBBLICAZIONE GRADUATORIA E APERTURA IMMATRICOLAZIONE: 16 novembre 2022, ore 12

CHIUSURA IMMATRICOLAZIONE E INVIO DOCUMENTI IMMATRICOLAZIONE: 25 novembre 2022, ore 12

Per info amministrative tecniche e operative: master.formazionepermanente@unipr.it