



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 2021/2022

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/node/23955>) sulla base della deliberazione del Senato Accademico 14-05-2019/50 e del Consiglio di Amministrazione 16-05-2019/215

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
Periodo di inizio delle attività didattiche del Corso	Novembre 2021
Modalità di erogazione delle attività formative	Compatibilmente con l'evolversi dell'emergenza sanitaria, le attività didattiche del Master saranno erogate in modalità blended, ovvero sia in presenza sia in modalità a distanza, con modalità sincrona e/o asincrona.
Sede di svolgimento delle attività didattiche	Aule K Plesso d'Azeglio – Sala incontri Museo Cinese di Parma
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.



Discussione di un lavoro/progetto nato nell'ambito di un insegnamento impartito durante il corso o avviato nell'ambito di uno dei project work. Ma ampliato e sviluppato nelle singole parti in modo da configurarlo e presentarlo come una "prova finale". Ossia una vera e propria tesi o ricerca applicata. La prova finale sarà presentata e discussa davanti alla commissione formata dai docenti del Master.

Modalità di erogazione delle attività formative

Compatibilmente con l'evolversi dell'emergenza sanitaria, le attività didattiche del Master saranno erogate in presenza. Nell'eventualità di studenti che – per cause di forza maggiore – potrebbero trovarsi nella necessità di dover seguire le lezioni a distanza, saranno adottate idonee soluzioni di didattica a distanza per garantire ad essi la frequenza del corso.

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 equipollente 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	06/09/2021 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)	22/10/2021 ore 12

Quota d'iscrizione

€ 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 20/12/2021)

Terza rata euro 700,00 (da versarsi entro il 31/01/2022)

Uditori

Numero massimo: 10

Costo per uditori euro 250,00 (comprensivi di € 16 per bollo virtuale)

Indirizzo di posta elettronica a cui inviare le domande: alberto.salarelli@unipr.it

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 allegate 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

PROVA: titoli e colloquio

DATA PROVA: 3 novembre 2021 ORA: 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: 17 novembre 2021, ore 12

CHIUSURA IMMATRICOLAZIONE E INVIO DOCUMENTI IMMATRICOLAZIONE: 25 novembre 2021, ore 12

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