



Avviso ammissione Master - Anno accademico 2024/2025

Art.1 –Ammissione

Sono indette, per l'anno accademico 2024/2025, le procedure per l'ammissione ai master di I e II livello dell'Università di Pisa. Le schede di ciascun master sono allegate al presente avviso di cui costituiscono parte integrante. Le schede contengono le specifiche su modalità, requisiti e termini di ammissione a ciascun master.

Il presente avviso definisce condizioni e termini generali e comuni per tutti i master.

Possono presentare domanda di ammissione ai master i candidati, che alla data di scadenza del termine di presentazione, siano in possesso del titolo di studio e/o dei requisiti richiesti.

Possono presentare altresì domanda di ammissione ai master, con riserva, coloro che conseguiranno il titolo di studio e/o i requisiti di accesso richiesti dopo la scadenza del termine per la presentazione delle domande ma prima della data di inizio del master, data indicata nella scheda di ciascun master. Il candidato laureando presso un Ateneo diverso dall'Università di Pisa, dovrà produrre un'autocertificazione, completa di documento d'identità in corso di validità, nella quale dichiara la data di conseguimento del titolo di studio che deve comunque essere precedente a quella di inizio delle attività didattiche prevista. Tale autodichiarazione dovrà essere inviata all'Unità Master e Premi di studio (master@adm.unipi.it). Anche nel caso in cui l'inizio del corso dovesse essere rinviato, la data indicata nella scheda come inizio del master, continuerà a costituire termine amministrativo **perentorio** per il conseguimento del titolo di studio e/o dei requisiti di accesso richiesti. Nel caso di iscrizione su posti disponibili (art. 7 c. 6 del regolamento sui master universitari) i requisiti devono essere posseduti secondo quanto previsto al successivo articolo 8 punto 3.

L'Università può escludere in qualsiasi momento i candidati e gli allievi risultati non in possesso dei requisiti richiesti.

Art.2 - Domanda di ammissione

Per partecipare alla procedura di ammissione al master, l'interessato deve collegarsi al Portale Alice all'indirizzo <https://www.studenti.unipi.it/Home.do> (cliccare sull'icona menù in alto a destra e scegliere nel menù a tendina "segreteria" e successivamente "iscrizione concorsi") e inserire i dati richiesti, **a decorrere dal 20 luglio 2024 ed entro e non oltre le ore 13.00 (ora italiana) del termine** indicato sulla relativa scheda del master.

Al termine della procedura on-line, si genera una ricevuta comprovante il corretto inserimento della domanda di ammissione.

Ciascun interessato è tenuto a consultare la pagina web del sito di Ateneo del master al quale intende iscriversi (<https://www.unipi.it/index.php/master>); saranno disponibili oltre al presente avviso, i link ai master per l'accesso alle relative schede con le informazioni dettagliate e tutte le eventuali indicazioni relative ai corsi.

Successivamente alla scadenza dell'avviso di ammissione a ciascun corso, sulla relativa pagina web verrà pubblicato l'elenco degli ammessi (se non è prevista la selezione) con tutte le informazioni per la procedura di immatricolazione al master, oppure l'avviso di selezione (nel caso ne ricorrano le condizioni) con tutte le relative informazioni (vedi successivo articolo 8).

Art.3 - Selezione

La selezione per l'accesso ai master è prevista:

1. nel caso in cui, alla scadenza del termine di presentazione della domanda di ammissione, il numero di candidati sia superiore al numero massimo di posti previsti;
2. quando, anche non verificandosi il caso 1, nella scheda del master sia espressamente prevista la verifica dell'idoneità per l'ammissione.

Nel caso 1 sono ammessi al master, e pertanto immatricolabili, i candidati che, in relazione al numero dei posti disponibili, a seguito dell'espletamento delle prove previste per la selezione, si siano collocati in posizione utile nella graduatoria generale di merito. In caso di parità di punteggio fra i candidati in graduatoria, prevale il candidato più giovane di età.

Nel caso in cui un avente titolo all'immatricolazione rinunci formalmente (presentando istanza in bollo scaricabile dal



sito <https://www.unipi.it/index.php/master>) o non provveda, entro i termini previsti nella scheda del master, al versamento della I rata e degli oneri amministrativi, subentra il successivo secondo l'ordine della graduatoria fino a concorrenza del numero dei posti disponibili.

Il candidato in condizione di disabilità o con certificazione di DSA (disturbi specifici di apprendimento), per la fruizione di ausili o di tempo aggiuntivo nello svolgimento delle/a prove/a di ammissione, dovrà presentare un'istanza scaricando l'apposito modulo e seguendo le procedure pubblicate rispettivamente ai seguenti indirizzi:

- candidato in condizione di disabilità <https://www.unipi.it/index.php/assistenza-a-concorsi>
- candidato con certificazione di DSA <https://www.unipi.it/index.php/dislessia>

Art.4 - Valutazione del curriculum

Quando è oggetto di valutazione (se indicato nella specifica scheda del master), il candidato deve trasmettere il proprio curriculum firmato, in originale e con allegato un documento di identità in corso di validità, **entro il termine di scadenza della domanda di ammissione prevista nella scheda, alla Segreteria didattica del master** (i cui recapiti sono indicati nella scheda del master) con una delle seguenti modalità:

- tramite Raccomandata A.R. (che deve pervenire alla segreteria didattica entro la predetta scadenza e pertanto non fa fede il timbro di partenza dell'Ufficio postale accettante la spedizione) indicando, sulla busta, la denominazione del master al quale si intende partecipare;
- tramite posta elettronica certificata all'indirizzo PEC della **Segreteria didattica del master**, indicando, nell'oggetto, la denominazione del corso al quale si intende partecipare.

Nel curriculum deve essere dichiarato anche il possesso dei titoli di studio universitari richiesti per l'ammissione, completi della votazione ottenuta, la data e l'Ateneo di conseguimento nonché eventuali altri requisiti di accesso richiesti per l'ammissione. Il candidato dovrà altresì dettagliare gli altri titoli che ritiene valutabili ai fini dell'attribuzione del punteggio.

Il candidato che intendesse sottoporre alla valutazione della commissione esaminatrice elementi relativi alle carriere universitarie svoltesi presso l'Università di Pisa deve darne indicazione nel curriculum in modo da poter procedere all'acquisizione di ufficio del titolo e degli altri dati indicati espressamente e in possesso dell'Università di Pisa.

Qualora l'interessato abbia inoltrato domanda di ammissione per più master dovrà trasmettere un curriculum per ciascuna domanda.

Art.5 - Uditori

Se la partecipazione in qualità di uditori è prevista dal master (ed indicata nella relativa scheda), eventuali interessati dovranno fare riferimento alla **Segreteria didattica del master** (i cui recapiti sono indicati nella scheda del master), che fornirà tutte le informazioni sulle modalità e i termini per la partecipazione al corso.

All'uditore non è richiesto il possesso del titolo di studio previsto per l'ammissione al master; può frequentare, anche parzialmente, le attività didattiche ma non può sostenere le verifiche, né svolgere le attività di tirocinio. La partecipazione come uditore non comporta, in ogni caso, l'acquisizione del titolo di master né il conseguimento di crediti formativi. L'uditore ottiene, a firma del Direttore del master, un attestato di partecipazione per le attività didattiche frequentate (art.9 del Regolamento sui master). Il numero degli uditori e il costo previsto sono indicati nella scheda di ciascun master.

Art.6 - Ammissione candidati con titolo di studio conseguito all'estero

Possono richiedere l'ammissione al master, con le modalità di cui all'art.1 del presente avviso, i candidati stranieri e italiani in possesso di un titolo accademico estero equiparabile per livello, natura, contenuto e diritti accademici (accesso ad ulteriori corsi), al titolo accademico italiano richiesto per l'accesso al master.

Il Consiglio del master, ai soli fini dell'immatricolazione al corso, valuterà l'equiparabilità del titolo. Al fine di facilitare la valutazione della equiparabilità del titolo estero posseduto dai candidati, è opportuno comunque produrre i relativi documenti (traduzione, legalizzazione, dichiarazione di valore) e altra documentazione utile al fine di verificare gli elementi del titolo estero (Diploma Supplement, certificato degli esami, attestazioni di centri [ENIC-NARIC](#), [CIMEA](#) ecc.). L'assenza dei documenti potrà infatti pregiudicare la valutazione del titolo di studio straniero, come requisito di accesso, nel caso in cui il Consiglio del master non sia in grado di verificare e dichiarare, con la documentazione prodotta dal candidato, la necessaria e già citata equiparabilità.

Il candidato deve trasmettere il titolo di studio e l'ulteriore documentazione, con l'indicazione del corso a cui intende partecipare, **entro la data di scadenza della domanda di ammissione di cui all'art.1, alla Segreteria didattica del master** (i cui recapiti sono indicati nella scheda relativa a ciascun master) con una delle seguenti modalità:

- tramite Raccomandata A.R. (che deve pervenire alla segreteria didattica entro la predetta scadenza e pertanto non fa fede il timbro di partenza dell'Ufficio postale accettante la spedizione) indicando, sulla busta, la denominazione del master a cui si intende partecipare;
- tramite posta elettronica certificata all'indirizzo **PEC della Segreteria didattica del master**, indicando, nell'oggetto, la denominazione del corso a cui si intende partecipare.

I cittadini non appartenenti all'Unione Europea e residenti in Italia possono immatricolarsi al master solo se posseggono un regolare



permesso di soggiorno per i seguenti motivi:

1. lavoro subordinato o autonomo;
2. motivi familiari;
3. asilo politico o umanitario (ora asilo politico, protezione sussidiaria, protezione umanitaria);
4. motivi religiosi.

I cittadini non appartenenti all'Unione Europea e non residenti in Italia per immatricolarsi devono richiedere un visto d'ingresso per motivi di studio. A tal fine, devono ottenere dalla Segreteria didattica del master una lettera che dichiara, con riferimento all'interessato, la sua situazione relativa all' ammissione al corso, finalizzata a richiedere il visto d'ingresso per studio all'Ambasciata o al Consolato d'Italia competente nel Paese di residenza. Tali candidati pertanto potranno iscriversi al master con "riserva" in attesa della valutazione dell'idoneità del titolo di studio estero posseduto. Al momento dell'arrivo in Italia o comunque non oltre la scadenza fissata per l'inizio delle lezioni, dovranno trasmettere a master@adm.unipi.it la ricevuta della richiesta del permesso di soggiorno. Per ulteriori adempimenti relativi all'iscrizione ai master da parte di studenti internazionali si fa riferimento alla circolare pubblicata al seguente indirizzo: <https://www.studiare-in-italia.it/studentistranieri/>

In particolare, se richiedenti **Visto** dovranno completare l'iscrizione al portale. Per eventuale supporto è a disposizione **l'Unità Promozione Internazionale** (international@unipi.it) della Direzione Didattica, Studenti e internazionalizzazione.

Art.7 - Agevolazioni per la contribuzione

La contribuzione è definita, nei limiti stabili dagli organi accademici, da ciascun master e indicata nella relativa scheda.

Le possibili agevolazioni sono specificate nelle relative schede dei master.

Le eventuali agevolazioni per merito, assegnate in base al rendimento nel corso, sono attribuite a seguito di selezione sulla base di criteri individuati dal consiglio del corso.

Le agevolazioni per reddito sono attribuite previa presentazione, alla Segreteria didattica del master, entro la scadenza della presentazione della domanda di ammissione indicata nella scheda di ciascun corso, dell'ISEE per il Diritto allo studio universitario.

I candidati portatori di handicap, ai sensi dell'art. 3 commi 1 e 3 della legge 5 febbraio 1992, n. 104 o con disabilità pari o superiore al 66% sono totalmente esonerati dalla contribuzione e dagli oneri amministrativi di iscrizione. Sono tenuti, a tal fine, a presentare entro il termine di scadenza della presentazione della domanda di ammissione, un documento comprovante il relativo status.

Art.8 - Iscrizione al master

Almeno sette giorni prima della scadenza del termine per l'immatricolazione, indicato, per ciascun master nella relativa scheda, saranno resi noti sul sito web (<https://www.unipi.it/index.php/master>):

1. la non attivazione dei master, per numero di candidati inferiore al numero minimo previsto;
2. l'elenco degli ammessi, a seguito di selezione di cui all'articolo 3, per i master con un numero di candidati superiore al massimo di allievi previsto. L'elenco sarà pubblicato contestualmente alla pubblicazione del decreto di approvazione atti della selezione;
3. la comunicazione dell'attivazione, per i master con un numero di candidati ricompreso fra il numero minimo e massimo di allievi, l'elenco degli ammessi o, in caso di non raggiungimento del numero massimo di iscritti, la data dell'eventuale riapertura della scadenza per la presentazione di nuove candidature. Queste saranno accolte in ordine cronologico fino alla copertura dei posti disponibili. In tal caso, i candidati dovranno possedere i requisiti alla data di inizio delle attività formative oppure, se il termine di presentazione delle nuove candidature sia successivo alla data di inizio delle attività formative, al momento della presentazione della domanda.

Le informazioni dettagliate circa modalità e termini per l'iscrizione al master saranno rese note sul sito web dell'Ateneo www.unipi.it - Studenti - Sezione master - al momento della pubblicazione dell'elenco degli allievi ammessi al corso.

Per immatricolarsi il candidato dovrà collegarsi alla propria pagina del Portale "Alice" (www.studenti.unipi.it) a cui si accede cliccando sulla voce "login" e inserendo le proprie credenziali, scegliendo, nel menù a tendina, la voce "Segreteria" - "Scelta del corso" - "immatricolazioni" - "immatricolazione standard" e proseguire con i successivi passi fino al pagamento, tramite PagoPa, dell'importo della I rata, degli oneri amministrativi di 30 euro e del bollo di 16 euro.

Tale pagamento è condizione imprescindibile per perfezionare l'immatricolazione.

Sono esonerati totalmente dal pagamento della contribuzione e degli oneri amministrativi di iscrizione gli studenti con disabilità, con riconoscimento di handicap ai sensi dell'articolo 3, comma 1, della legge 5 febbraio 1992, n. 104, o con un'invalidità pari o superiore al 66%.

La pagina web specifica di ciascun master riporta le scadenze delle rate nelle quali si articola il versamento della contribuzione che il candidato dovrà effettuare tramite il sistema PagoPA, collegandosi al portale Alice <https://www.studenti.unipi.it/Home.do>.

In caso di mancato versamento di una o più rate di contribuzione successive alla prima, entro i termini previsti, è applicata una mora su ogni rata scaduta, di un importo pari a 70 euro, secondo quanto previsto nel regolamento sulla contribuzione degli studenti



(<https://www.unipi.it/index.php/master>).

L'esame finale per il conseguimento del titolo potrà essere sostenuto solo se la contribuzione dovuta (comprensiva degli oneri amministrativi di iscrizione e di eventuali more) sarà stata interamente versata.

Per il versamento, da effettuare esclusivamente tramite il sistema PagoPA, le modalità sono pubblicate sul sito web di Ateneo al seguente indirizzo <https://www.unipi.it/index.php/tasse-e-diritto-allo-studio/item/15414-pagamento-tasse>.

Il pagamento di una o più rate di contribuzione eseguito da parte di un'azienda privata, deve essere effettuato tramite il sistema PagoPA, collegandosi alla pagina web <https://www.unipi.it/index.php/master> cliccando su **"Pagamenti contribuzione master da parte di azienda privata"**, dove saranno disponibili tutte le informazioni necessarie.

L'azienda che ha effettuato il pagamento della contribuzione non può richiedere fattura in quanto la contribuzione ai master universitari si configura come esercizio di attività istituzionale e quindi è da considerarsi fuori campo applicazione IVA ai sensi degli artt. 1 e 4 D.P.R. 633/72.

Il pagamento della contribuzione da parte di un ente pubblico, dovrà essere effettuato tramite girofondo sul conto di tesoreria unica c/o la Banca D'Italia intestato all'Università di Pisa n.0306382, specificando la causale di versamento e il nome del beneficiario.

Art.9 - Responsabile del procedimento e trattamento dei dati personali

Il Responsabile del procedimento amministrativo è la dottoressa Alessandra Bacci.

Ai sensi del Regolamento Europeo (GDPR) 2016/679, i dati personali forniti dai candidati saranno raccolti presso l'Università di Pisa e verranno trattati per le finalità di gestione delle procedure alle quali si riferisce il presente avviso. Il trattamento dei dati personali sarà effettuato in modalità automatizzata e manuale e saranno conservati secondo i termini di legge. Il conferimento dei dati è obbligatorio e l'eventuale rifiuto di fornire tali dati ha come conseguenza l'impossibilità di espletare le relative procedure. I candidati potranno esercitare i diritti disciplinati dalla sezione 2, 3 e 4 del capo III del Regolamento UE 2016/679 (es. diritti di informazione e accesso, di rettifica e cancellazione, di limitazione e di opposizione al trattamento, di portabilità dei dati personali), rivolgendo le proprie istanze all'indirizzo email master@adm.unipi.it. L'informativa estesa ai sensi del Regolamento è consultabile al link <https://www.unipi.it/index.php/documenti-ateneo/item/12721>.

Art.10 - Pubblicità avviso

Il presente avviso, sarà pubblicato sulla pagina web di ciascun master raggiungibile dall'indirizzo <https://www.unipi.it/index.php/master> e all'Albo ufficiale dell'Ateneo .

Art.11 - Ulteriori informazioni

Tutte le comunicazioni riguardanti le procedure di ammissione ai master **verranno pubblicate esclusivamente sul sito dell'Università di Pisa** alla specifica pagina web di ciascun master; non saranno inviate comunicazioni personali ai candidati. Per tutte le altre informazioni relative allo svolgimento della selezione è necessario, pertanto, consultare la relativa scheda del master.

Successivamente all'immatricolazione le eventuali comunicazioni personali allo studente iscritto saranno inviate **esclusivamente all'indirizzo di posta elettronica istituzionale che l'allievo dovrà attivare**.

Per eventuali contatti con l'Unità "Master e Premi di studio" fare riferimento alle informazioni pubblicate sulla pagina "Segreterie post-laurea" all'indirizzo <https://www.unipi.it/index.php/segreterie-sedi-orari-e-contatti/item/1525-segreteria-post-laurea>.

Per informazioni relative agli **uditori**, all'invio del curriculum e allo svolgimento delle attività formative del corso contattare la **Segreteria didattica del master** il cui recapito è indicato nella scheda di ciascun master.

Per tutti gli aspetti normativi relativi ai master, compresi quelli inerenti alle procedure riguardanti gli atti di carriera degli iscritti, si rimanda al Regolamento di ateneo sui master universitari (<https://www.unipi.it/index.php/master>) nonché al documento "Procedure e termini" consultabili sul sito dell'Ateneo. Si fa inoltre riferimento alla vigente normativa in materia.



Denominazione:	Comunicazione Professionale in Ambito Internazionale e Interculturale
Livello:	I
Settore culturale:	Scienze dell'antichità , filologico-letterarie, storico-artistiche, scienze storiche, filosofiche, pedagogiche, psicologiche
Inizio corso:	24/01/2025
Modalità erogazione didattica	Ibrida

Posti disponibili per allievi ordinari: 25
Minimo: 14
Massimo: 25

Posti disponibili per uditori: 5

Costo complessivo del master	
Allievi ordinari	Contribuzione: 3500 Euro Rate: 3 <ul style="list-style-type: none">• rata n. 1 importo 1.400,00 scadenza 13-JAN-25• rata n. 2 importo 1.000,00 scadenza 15-APR-25• rata n. 3 importo 1.100,00 scadenza 15-JUN-25
Allievi uditori	Contribuzione: 1000 Euro Rate: Unica soluzione

Progetto Didattico	
Fashion communication (inglese)	Descrizione: Comunicazione per la moda come fenomeno sociale e culturale; Forme tradizionali (la stampa di moda, le riviste di prestigio) e forme più recenti (fashion bloggers, gli influencers sui social come Instagram); temi attuali e le tendenze innovative nella comunicazione per la moda: eco fashion, modest fashion, post pandemic dressing; le sfide etiche nella comunicazione per la moda nel mondo sempre più globalizzato e proiettato verso l'inclusività. Analisi di testi autentici (scritti, audiovisivo, digitali) e produzione dei materiali in inglese. Open Badge: NO
Comunicazione interfunzionale e di progetto	Descrizione: Comunicazione di progetto: verso il cliente e all'interno del team; Metodologie di gestione degli incontri di coordinamento del team e di elaborazioni supporti di reporting; Gestione di incontri di consuntivazione di progetto. La comunicazione



	<p>interfunzionale: problem solving e metodi di business creativity; Strumenti di problem solving; I metodi di business creativity per l'attivazione di processi di innovazione interfunzionale.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Comunicazione multimediale e multimodale	<p>Descrizione: Media, modi comunicativi e loro proprietà. Il contributo al significato dei diversi modi della comunicazione. Analisi di generi e stili dei media. Narrare attraverso i media. Retorica dei media, pregiudizio e fake news. I media sul posto di lavoro.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Linguaggio e comunicazione	<p>Descrizione: Le funzioni del linguaggio. I livelli dell'analisi linguistica. I livelli della comunicazione. Prosodia e pragmatica. La comunicazione non verbale. La variazione sociale del linguaggio.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Business writing (attivabile in lingua straniera in base alle richieste)	<p>Descrizione: L-LIN/12 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE Strategie di scrittura per messaggi commerciali efficaci: pianificazione, scopi, obiettivi, tono. Scrittura di messaggi elettronici e promemoria. Messaggi positivi, negativi e persuasivi. Scrittura di proposte e resoconti. Scrittura per il web e i social media nell'ambito di lavoro. Stesura di CV e lettera di accompagnamento o di motivazione. L-LIN/04 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA FRANCESE La promozione commerciale: descrivere un prodotto. La comunicazione sul Web: la redazione di messaggi persuasivi. La pubblicità: creare uno slogan pubblicitario. La gestione dei reclami: scrivere un reclamo (a un fornitore, a un partner commerciale); rispondere al reclamo di un cliente. Stesura del cv e della lettera di motivazione. L-LIN/09 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUE PORTOGHESE E BRASILIANA La corrispondenza commerciale e i nuovi mezzi di comunicazione (mail, social). Come rivolgersi a partner, stakeholder e pubblico in PE e PB. Lingua inclusiva e questione di genere. Come stendere un cv e scrivere una lettera di presentazione o di motivazione (PE/PB). Come redigere una proposta, una convocazione e un verbale di una riunione. Studi di caso ed esercitazioni. L-LIN/07 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA SPAGNOLA Scrittura di un CV e di una lettera di accompagnamento o di motivazione. Messaggi elettronici: tipologie tematiche, discorsive e strutturali; registri; strategie discorsive di cortesia. Messaggi commerciali: il linguaggio persuasivo. Scrittura per il web e i social media (registri linguistici, Netiquette). Lessico commerciale specializzato.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Comunicazione per la promozione museale	<p>Descrizione: La comunicazione museale e del patrimonio culturale: obiettivi, caratteristiche, strumenti, destinatari. Il testo scritto: organizzazione contenuti, registro linguistico, rapporto con linguaggio visivo, fruibilità, efficacia. Il testo</p>



	<p>multimediale: organizzazione contenuti, registro linguistico, rapporto con altri linguaggi, fruibilità, efficacia. Dalla promozione alla mediazione, dalle lingue alle culture: necessità, strategie e criticità.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Marketing delle imprese culturali	<p>Descrizione: Orientamento di mercato nelle imprese culturali. Analisi del comportamento del consumatore: approcci e modelli. Segmentare il mercato culturale e posizionamento competitivo. La comunicazione nell'impresa culturale: elementi del communication mix. Fondamenti di marketing mix per l'impresa culturale.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Brand communication	<p>Descrizione: La marca: aspetti definatori. Immagine di marca e brand equity. Portafoglio di brand. Il ciclo di vita della marca. Il co-branding. Il mix comunicativo. La gestione della marca nei contesti esteri.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Advertising communication (inglese)	<p>Descrizione: Il ruolo del creativo pubblicitario. Gli approcci linguistici alla comunicazione pubblicitaria. Materiali della pubblicità (sostanza, medium e contesto, immagini dinamiche e non, musica, parlato e scritto, linguaggio e paralinguaggio. Partecipanti alla situazione comunicativa (voci narranti, modi e metodologie di ascolto). Analisi e presentazione dei casi.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Public speaking	<p>Descrizione: Descrizione: - Preparazione del discorso orale. Conoscere il proprio pubblico e il contesto. Scegliere l'argomento. La costruzione del discorso. L' "hardware" del parlare in pubblico. Elementi di una presentazione efficace. Costruzione del potere oratorio. Gli elementi e la pragmatica della persuasione. L'argomentazione efficace Efficacia orale in inglese: pronuncia, intonazione e ritmo. Comunicazione non verbale in contesti internazionali. Il linguaggio del corpo e lo sguardo.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Comunicazione interpersonale	<p>Descrizione: Comunicazione intrapersonale e interpersonale. Concetto di sé e dimensioni del sé. Lingua e genere sul posto di lavoro: genere e identità nelle interazioni sul posto di lavoro. Conflitto sul posto lavoro: strategie di cortesia, assertività, empatia, accordo vs. disaccordo. Teamwork: la formazione dei team e la comunicazioni all'interno di gruppi di lavoro. Acquisire competenze comunicative interpersonali: presentazione di studi di caso e attività di role-playing.</p> <p>Open Badge: NO</p>



<p>Multilinguismo e multiculturalismo</p>	<p>Descrizione: Il multilinguismo e il multiculturalismo: questioni definitorie. Il multilinguismo nel tempo e nello spazio: cenni sulla diffusione del multilinguismo. Le politiche per il multilinguismo. Pratiche plurilingue individuali e nella società. Il multilinguismo nel mondo del lavoro e dell'economia. Analisi di casi.</p> <p>Open Badge: NO</p>
<p>Comunicazione politica (attivabile in lingua straniera in base alle richieste)</p>	<p>Descrizione: L-LIN/12 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE Generi del discorso politico. Strategie retoriche di persuasione. Slogan nei manifesti di campagna elettorale. Comunicazione politica attraverso i social media. Meccanismi di self-promotion (verbali e non verbali) nelle interviste politiche e nei dibattiti. Analisi dei communiqués diplomatici e produzione di un testo. L-LIN/04 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA FRANCESE Generi e tecniche della comunicazione politica (discorso elettorale, dichiarazioni, interviste, messaggi di fine anno, spot elettorali, discorsi commemorativi ecc.) Slogan politici: topoi, clichés e stereotipi nella comunicazione politica. Costruzione discorsiva dell'identità individuale e collettiva. Strategie discorsive per argomentare e aumentare la propria visibilità. La comunicazione politica nei social media. L-LIN/09 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUE PORTOGHESE E BRASILIANA Il discorso persuasivo in area lusofona. Strategie retoriche, risorse lessicali e impianto argomentativo per il "marketing del consenso". Censura e Propaganda. Politicamente corretto/scorretto in PE e PB. Eufemizzazione e presupposizione. Esemplicazioni tratte da stralci di campagna elettorale in Portogallo e Brasile e dei discorsi di insediamento dei Presidenti della Repubblica Marcelo Rebelo de Sousa e Jair Bolsonaro. L-LIN/07 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA SPAGNOLA Gli eufemismi nella comunicazione politica. Le iperboli nella comunicazione politica. Comunicazione elettorale. Comunicazione politica e reti sociali. Comunicazione parlamentare. Discorso di investitura. L-LIN/14 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA TEDESCO I generi testuali nella comunicazione politica di lingua tedesca. Funzione persuasiva ed emotiva. Mezzi di resa verbale del contenuto ideologico. Dinamiche di stile argomentativo. Analisi macro- e microtestuale di testi scelti (es. programmi e manifesti elettorali).</p> <p>Open Badge: NO</p>
<p>Comunicazione nelle imprese e nelle organizzazioni (attivabile in lingua straniera in base alle richieste)</p>	<p>Descrizione: L-LIN/12 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE Comunicare con gli stakeholders per promuovere l'identità e l'immagine; CSR (Corporate Social Responsibility); Il modello AIM per la comunicazione strategica. Analisi e produzioni dei generi scritti e multimodali per la comunicazione strategica: mission statements, business infographics, comunicazioni attraverso i social media. Presentazione orale di un'analisi critica delle strategie comunicative di un caso reale. L-LIN/04 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA FRANCESE Promuovere la propria impresa (Comunicazione al pubblico oralmente). Il rispetto della comunicazione inclusiva. Il linguaggio pubblicitario - Inventare slogan e messaggi pubblicitari. Scrivere un questionario di 'Customer satisfaction'. L-LIN/09 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUE PORTOGHESE E BRASILIANA La comunicazione all'interno dell'impresa: comunicazione</p>

	<p>strategica (top management, mission e cultura d'impresa). Comunicazione operativa (gestionale e di ruolo). Comunicazione per l'apprendimento e la condivisione delle competenze. Le relazioni interpersonali, la motivazione e l'empowerment. I principali strumenti di comunicazione interna (e.g., Intranet, newsletter, bacheca, corrispondenza, logo e sigle, meeting aziendali). La comunicazione rivolta alla struttura ampliata: il dialogo con la rete dei fornitori e dei distributori. La coesione e la motivazione della rete. La comunicazione esterna: la ricerca di nuove risorse nel mercato del lavoro (reclutamento); il posizionamento del brand nel mercato del lavoro, l'impresa come "best place to work". L-LIN/07 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA SPAGNOLA Strategie discorsive per la creazione dell'identità corporativa; Generi scritti e multimodali per la comunicazione interna ed esterna delle organizzazioni e delle imprese; Principali differenze diatopiche nelle pratiche discorsive dello spagnolo europeo e di quello ispano-americano in ambito organizzativo e aziendale; Strumenti pragmatolinguistici per la comunicazione egualitaria ed inclusiva; Studio di casi.</p> <p>Open Badge: NO</p>
<p>Comunicazione per il turismo (attivabile in lingua straniera in base alle richieste)</p>	<p>Descrizione: L-LIN/12 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE La comunicazione turistica come mediazione culturale: informatività e promozione. I canali della comunicazione turistica. Accessibilità concettuale e comunicazione turistica: la cultura della destinazione spiegata attraverso molteplici canali semiotici. Comunicazione turistica e globalizzazione. Brevi cenni sulla differenza nella comunicazione per il turismo culturale in inglese e in italiano: musei come attrazione e musei come intrattenimento. Analisi di testi autentici e produzione dei materiali in inglese su una destinazione di loro scelta. L-LIN/04 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA FRANCESE Promuovere la propria azienda. Organizzare un evento (fiera, percorso turistico). Negoziare un budget. Redigere un annuncio, una brochure. Le regole della comunicazione scritta e orale: mail, telefono, videoconferenza L-LIN/09 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUE PORTOGHESE E BRASILIANA Gli aspetti strutturali del turismo e il loro funzionamento come sistema. Nuovi modelli, processi di contrattazione e tendenze emergenti sul fronte della domanda. Risorse turistiche. L'impatto del turismo sugli ecosistemi, sull'occupazione dello spazio e sulle culture. Analisi critica di immagini e discorsi sulle destinazioni (Portogallo, Brasile e, per l'Africa lusofona, in particolare Capo Verde) e sulle loro culture. Teorie del marketing turistico e tecniche di comunicazione turistica. Presentare e interpretare il patrimonio nel contesto turistico. Sviluppare in modo autonomo e critico ricerche e proposte di intervento in questi ambiti. L-LIN/07 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA SPAGNOLA I generi testuali "tradizionali" della comunicazione turistica in spagnolo: elementi linguistici e strategie discorsive. I generi testuali della comunicazione turistica in spagnolo in Internet: elementi linguistici e strategie discorsive. Il ruolo delle emozioni nella comunicazione turistica: lo storytelling. Produzione di testi in spagnolo per la comunicazione, la promozione e la commercializzazione dei diversi tipi di turismo. L-LIN/14 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA TEDESCO La tradizione del viaggio in Italia: i diari di viaggio. Testi pubblicitari. La corrispondenza turistica. La guida turistica da Baedeker a Internet. Frasari tedesco-italiano.</p>



	Open Badge: NO
Sociologia della comunicazione	Descrizione: Sociologia della comunicazione: modelli e teorie per lo studio della comunicazione, comunicazione di massa e comunicazione digitale, la costruzione dell'opinione pubblica (dai mass media agli opinion leaders), caratteristiche della comunicazione digitale all'interno degli ecosistemi mediali ibridi. Open Badge: NO
Etica della comunicazione	Descrizione: Lineamenti di etica della comunicazione. Etica della comunicazione e tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Etica della comunicazione e giornalismo. Etica della comunicazione e mass media. Etica dell'immagine. Etica della comunicazione scientifica. Open Badge: NO
Filosofia della comunicazione	Descrizione: Lineamenti di filosofia della comunicazione. Teorie del significato. Elementi di sintassi. Analisi semantica. Pragmatica cognitiva. Analisi delle pratiche conversazionali. Open Badge: NO
Comunicazione pubblica	Descrizione: Storia della comunicazione pubblica. Teorie e modelli della comunicazione pubblica. Comunicazione pubblica e nuove tecnologie. Partecipazione pubblica e casi studi. Tra teoria e prassi. Piano di comunicazione. Aspetti teorici. Piano di comunicazione: laboratorio. Open Badge: NO
Etica della comunicazione scientifica	Descrizione: La sua finalità è garantire che la comunicazione scientifica avvenga in modo trasparente, accurato e responsabile, in modo da preservare l'integrità della scienza e garantire la fiducia del pubblico nella ricerca scientifica. I metodi dell'etica della comunicazione scientifica includono la promozione di una cultura della trasparenza nella comunicazione scientifica, l'adozione di standard etici nella ricerca e nella diffusione dei risultati, e la creazione di strumenti e procedure per valutare e gestire i conflitti di interesse. Open Badge: NO
Antropologia della comunicazione	Descrizione: Se l'Antropologia filosofica mette a tema la natura umana, la ricerca di un senso e di un significato della vita e la questione dell'etica e dei valori, l'Antropologia della comunicazione ha come finalità principale di fornire agli studenti una comprensione critica della comunicazione umana e della sua relazione con la cultura e la società, e di sviluppare competenze di ricerca utili per analizzare e valutare i processi comunicativi in diversi contesti.



	<p>L'insegnamento di Antropologia della comunicazione si avvale di un approccio interdisciplinare, che integra concetti e metodi di ricerca provenienti da diverse discipline. Gli studenti acquisiranno una comprensione avanzata della cultura e delle dinamiche comunicative, esaminando e valutando le diverse teorie e metodologie che informano l'analisi antropologica della comunicazione.</p> <p>Open Badge: NO</p>
Impatto della Digitalizzazione nella comunicazione	<p>Descrizione: L'informatica e tecnologie digitali hanno un'importanza sempre più rilevante nella vita di tutti i giorni e permeano tutti gli ambiti di attività inclusa la comunicazione. Nel modulo saranno introdotte le nozioni di base sull'informatica e sulle principali tecnologie digitali che abilitano la trasformazione digitale in atto. Particolare attenzione sarà dedicata a Internet, Internet of Things, Cloud, Intelligenza Artificiale e ai problemi connessi con la Cybersecurity.</p> <p>Open Badge: NO</p>

Requisiti di ammissione

Laurea Triennale:

QUALSIASI LAUREA TRIENNALE ()

Laurea Specialistica:

QUALSIASI LAUREA SPECIALISTICA ()

Laurea Magistrale:

QUALSIASI LAUREA MAGISTRALE ()

Laurea Vecchio Ordinamento:

QUALSIASI LAUREA VECCHIO ORDINAMENTO

Ulteriori requisiti:

Con riferimento alla griglia di autovalutazione del Quadro Comune Europeo di Riferimento per la conoscenza delle lingue (<https://archivio.pubblica.istruzione.it/argomenti/portfolio/pelquadro.shtml>), pari o superiore a: B2 per la lingua inglese; B1 per la seconda lingua a scelta tra francese, portoghese, spagnolo o tedesco; B2 per la lingua italiana per gli studenti di nazionalità non italiana. Le conoscenze linguistiche devono essere attestate tramite autocertificazione.



Scadenza termine domanda di ammissione: 29/11/2024 ore 13:00

Prova di ammissione al master (*)

Colloquio:

Data: 12/12/2024 ore: 09:00

Sede: a distanza

Argomenti trattati: Verifica e discussione del curriculum e della lettera motivazionale allegata al curriculum. Parte della discussione sarà in lingua straniera.

Modalità telematica: Sì

Punteggio minimo: Non previsto

Curriculum:

Valutazione complessiva del curriculum

Punteggio minimo: Non previsto

Agevolazioni per la contribuzione

Numero Agevolazioni: Sono previste 5 agevolazioni

Ammontare e criteri attribuzione agevolazioni: Ammontare e criteri per attribuzione: Sono previste n.5 agevolazioni per la contribuzione, pari ad 1.100.00 euro ciascuna, da attribuire ad esonero della III rata di contribuzione prevista. Le suddette agevolazioni saranno assegnate agli iscritti, sulla base di una graduatoria formulata tenendo conto dei seguenti criteri: 1) attestazione dell'ISEE per il Diritto allo Studio Universitario; 2) valutazione del curriculum. Le due componenti avranno un peso diverso nella definizione del punteggio finale. In particolare, il punto 1) avrà un peso del 60% , mentre il punto 2) avrà un peso del 40%. Non sono previste agevolazioni per merito.

Agevolazioni per merito

Non sono previste agevolazioni per merito

Segreteria didattica del master

Persona di riferimento: Roberta Giunta

Sede: Consorzio QUINN, Piazza Carrara 19, Pisa

Tel: 0502201232

email: segreteriadidattica@consorzioquinn.it

pec: fileli@pec.unipi.it

Note

La selezione per l'ammissione al master si svolgerà solo nel caso che il numero dei candidati sia maggiore al numero massimo dei posti disponibili. Per l'individuazione del reddito, elemento previsto per l'attribuzione delle agevolazioni, sarà svolta apposita selezione in base a quanto sopra indicato.



- I candidati potranno provvedere al pagamento della I rata di contribuzione, con modalità e termini che saranno resi noti attraverso la pagina web del master.
- Per la valutazione complessiva del curriculum e della situazione reddituale, i candidati dovranno trasmettere il curriculum e l'attestazione ISEE per il diritto allo studio universitario, alla Segreteria Didattica del master (vedi recapito indicato).
- E' possibile frequentare come uditori uno o più moduli del master.

Per informazioni su costi e modalità rivolgersi alla Segreteria Didattica del master (vedi recapito indicato).

Il Master prevede la scelta tra due percorsi alternativi aventi le stesse scadenze:

- 1) bilingue (inglese + seconda lingua tra francese, portoghese, spagnolo, o tedesco);
- 2) monolingue inglese.

I percorsi verranno attivati con un numero minimo di iscritti. Al momento della domanda di ammissione on-line sul Portale Alice, è necessario indicare il percorso prescelto e, nel caso del percorso bilingue, la seconda lingua scelta.

N.B.: Il contributo di iscrizione è inoltre costituito da oneri amministrativi pari a 30,00 euro e da 16,00 euro di bollo.

Per la preiscrizione online consultare la pagina: <https://www.studenti.unipi.it/>

Per informazioni sulle modalità di ammissione al master contattare **esclusivamente lo Sportello virtuale**: <http://sportellovirtuale.unipi.it>

Per informazioni inerenti l'attività didattica del master contattare la **Segreteria Didattica del Master**.