



Avviso ammissione Master - Anno accademico 2025/2026

Art.1 –Ammissione

Per l'anno accademico 2025/2026 sono indette 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 sull'articolazione del corso, le modalità, i requisiti e i 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 dichiarare 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 Formazione continua (master@adm.unipi.it) appena conseguita la laurea richiesta per l'accesso al master o comunque entro la predetta data di inizio attività. 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.

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 21 luglio 2025 ed entro e non oltre le ore 13.00 (ora italiana) del termine** indicato sulla relativa scheda del master.

In fase di domanda di ammissione sul Portale Alice deve essere inserito, nel termine perentorio di immatricolazione, un documento comprovante il riconoscimento di handicap ai sensi dell'articolo 3, comma 1 o 3, della legge 5 febbraio 1992, n. 104 o una disabilità pari o superiore al 66% per ottenere l'esonero totale dalla contribuzione.

Al termine della procedura on-line, il sistema genera una ricevuta comprovante il corretto inserimento della domanda di ammissione al concorso. Si consiglia di stampare e conservare tale ricevuta che, oltre a costituire prova di avvenuta iscrizione al concorso, riporta anche un "numero di prematricula" che sarà indispensabile per visualizzare in forma anonima gli esiti delle eventuali prove 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 può essere prevista per alcuni master ed espressamente indicata nelle relative schede. Deve altresì essere espletata per i master che prevedono un numero massimo di iscritti, nel caso in cui alla scadenza del termine per la presentazione della domanda di ammissione al concorso, il numero di candidati sia superiore al numero massimo di posti previsti.

Tutti gli esiti delle prove saranno pubblicati in forma anonima utilizzando il "numero di prematricula" indicato nella ricevuta rilasciata a ciascun candidato al momento della domanda di ammissione vedi art. 2).

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.

Tutte le comunicazioni riguardanti la selezione e le graduatorie di merito verranno pubblicate sul sito dell'Università di Pisa <https://www.unipi.it/index.php/master>; non verranno effettuate comunicazioni personali ai candidati; per tutte le altre informazioni relative allo svolgimento della selezione è necessario, pertanto, consultare la relativa scheda del master. In caso fosse necessario contattare direttamente il singolo candidato la comunicazione sarà inviata esclusivamente sull'indirizzo di posta elettronica istituzionale dove questo sia stato in precedenza attivato (se già studente dell'università di Pisa), o altrimenti sull'indirizzo mail fornito dal candidato nella domanda.

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/campus-e-servizi/servizi/usid-ufficio-servizi-per-lintegrazione-di-studenti-con-disabilita/assistenza-ai-concorsi/>
- candidato con certificazione di DSA <https://www.unipi.it/campus-e-servizi/servizi/sportello-dsa-disturbi-specifici-di-apprendimento/>

Art.4 - Valutazione del curriculum

Quando è oggetto di valutazione (se indicato nella specifica scheda del master), il candidato deve trasmettere il proprio curriculum alla Segreteria didattica del master (i cui recapiti sono contenuti nella relativa scheda del corso) con le seguenti modalità:

se sottoscritto con firma digitale:

- tramite posta elettronica certificata all'indirizzo PEC della Segreteria didattica del master, indicando, nell'oggetto, la denominazione del corso al quale si intende partecipare.

se sottoscritto con firma autografa:

- tramite Raccomandata A.R. (che deve pervenire alla segreteria didattica entro la scadenza della domanda di ammissione indicata nella scheda del master, pertanto non fa fede il timbro di partenza dell'Ufficio postale accettante la spedizione) allegando un proprio documento di identità valido e indicando, sulla busta, la denominazione del master al quale si intende partecipare;
- tramite posta elettronica certificata all'indirizzo PEC della Segreteria didattica del master (indicato nella relativa scheda), allegando un proprio documento di identità valido e indicando, nell'oggetto, la denominazione del corso al quale si intende partecipare;

Nel curriculum il candidato deve dichiarare, se non conseguiti presso l'Università di Pisa, anche il possesso dei titoli di studio universitari richiesti come requisiti per l'ammissione, completi della votazione ottenuta, la data e l'Ateneo di conseguimento, nonché eventuali altri requisiti di accesso richiesti per l'ammissione. In caso contrario il candidato deve fornire indicazione nel curriculum di tali titoli in modo da poter procedere all'acquisizione di ufficio degli stessi in possesso dell'Università di Pisa.

Anche nel caso che il candidato intenda sottoporre titoli alla valutazione della commissione esaminatrice, il curriculum dovrà anche contenere tutti gli elementi utili, come sopra indicato, per identificare eventuali ulteriori titoli che il candidato intenda sottoporre alla valutazione della commissione esaminatrice.

Art.5 - Uditori

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.

L'iscritto come uditore, interessato ad ottenere il riconoscimento dell'attività frequentata con il rilascio di un **open badge**, dovrà superare un'apposita verifica su tale attività. Ciò è possibile solo per i moduli preventivamente individuati per consentire tale opportunità ed evidenziati nella scheda specifica del master. Per quanto riguarda la partecipazione al master in qualità di uditore, gli interessati dovranno fare riferimento alla Segreteria didattica del master (i cui recapiti sono indicati nella scheda del master) che provvederà a fornire tutte le informazioni sulle modalità e i termini per la partecipazione al corso.

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 effettuerà una valutazione dell'idoneità del titolo, ai soli fini dell'immatricolazione al corso. Al fine di garantire la valutazione della equiparabilità del titolo estero posseduto dai candidati, è comunque fortemente raccomandato produrre i relativi documenti consolari (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 la documentazione predetta, 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 di ammissione al corso per 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/studenti stranieri/>. In particolare, se richiedenti Visto, dovranno completare l'iscrizione al portale University. 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

Sono previste, per ciascun master, agevolazioni per la contribuzione, ad esonero o a rimborso della stessa, da assegnare sulla base del reddito e del merito (curriculum e/o la prova selettiva) e il cui ammontare e le cui modalità di attribuzione sono indicate nella scheda di ciascun master.

Al fine di poter usufruire di eventuali agevolazioni, l'interessato è tenuto a trasmettere alla Segreteria didattica del master, entro la scadenza della presentazione della domanda di ammissione, indicata sulla scheda di ciascun corso, l'ISEE per il Diritto allo Studio Universitario e il curriculum vitae.

Il candidato che non presenti il curriculum e/o l'ISEE, nei termini previsti, non sarà preso in considerazione per l'assegnazione delle agevolazioni.

Art.8 - Iscrizione al master

Scaduto il termine per la presentazione delle domande di ammissione e 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. nel caso in cui il numero di candidati sia inferiore al numero minimo previsto: la non attivazione del master;
2. nel caso in cui il numero di candidati sia superiore al numero massimo di allievi (ove previsto) o nel caso in cui la selezione sia comunque prevista a prescindere dal numero di domande di ammissione: lo svolgimento della selezione, il cui esito sarà pubblicato contestualmente alla pubblicazione del decreto di approvazione atti della selezione;
3. nel caso in cui il numero di candidati sia compreso fra il numero minimo e massimo di allievi: la comunicazione sull'attivazione del master sarà resa nota con l'indicazione dell'elenco degli ammessi (con tutte le indicazioni per immatricolarsi) e con la data dell'eventuale riapertura della scadenza per la presentazione di nuove domande da accogliere in ordine cronologico fino alla copertura dei posti disponibili. In tal caso i requisiti dovranno essere comunque posseduti al momento dell'inizio delle attività formative eccetto il caso in cui il nuovo termine scada dopo l'inizio delle stesse con conseguente possesso dei requisiti al momento della presentazione della domanda.

Le informazioni dettagliate circa modalità e termini per l'immatricolazione al master saranno rese note sul sito web dell'Ateneo <https://www.unipi.it/didattica/corsi/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, comprensiva 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%. Rimane dovuto il pagamento della marca da bollo di € 16,00 per l'immatricolazione.

La scheda di ciascun master riporta le scadenze (termini perentori) 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>.

Entro la scadenza della prima rata di ciascun master il candidato dovrà versare l'importo indicato sul PagoPA comprendente, oltre alla prima rata di contribuzione, € 30 di oneri amministrativi e € 16 di imposta di bollo. Le altre rate di contribuzione dovranno essere pagate entro le scadenze previste nelle schede dei singoli master. Il pagamento di ciascuna rata (a partire dalla seconda rata) oltre il termine previsto dovrà essere regolarizzato con il pagamento anche di un'indennità di mora di € 70,00 (<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>.

Nel caso che i pagamenti di una o più rate di contribuzione siano eseguiti da parte di un'azienda privata essi devono essere effettuati tramite il sistema PagoPA, collegandosi alla pagina web <https://www.unipi.it/index.php/master> e cliccando su "istruzioni per i pagamenti da parte di aziende private", 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.

Nel caso in cui il pagamento della contribuzione venga eseguito da parte di un ente pubblico, esso dovrà essere effettuato tramite girofondo sull'IBAN IT74L0100004306TU0000013181 intestato all'Università di Pisa Lungarno Pacinotti n. 43 - 56126 Pisa, 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, è pubblicato sulla pagina sull'[Albo ufficiale dell'Ateneo](#).

Art.11 - Ulteriori informazioni

Per eventuali contatti con l'Unità "Master e Formazione continua" fare riferimento alle informazioni pubblicate sulla pagina "Segreteria post-laurea" all'indirizzo <https://www.unipi.it/didattica/segreteria/sedi-e-contatti/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" e al "Regolamento sulla contribuzione degli studenti" 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:	Discipline umanistiche
Inizio corso:	23/01/2026
Modalità erogazione didattica	Ibrida

Posti disponibili per allievi ordinari: 25
Minimo: 15
Massimo: 25

Posti disponibili per uditori: 5

Costo complessivo del master	
Allievi ordinari	Contribuzione: 3950 Euro Rate: 3 • rata n. 1 importo 1.580,00 scadenza 12-JAN-26 • rata n. 2 importo 1.370,00 scadenza 15-APR-26 • rata n. 3 importo 1.000,00 scadenza 15-JUN-26
Allievi uditori	Contribuzione: 1500 Euro Rate: Unica soluzione

Progetto Didattico	
Advertising communication (inglese)	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
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.

	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Brand communication	Descrizione: La marca: aspetti definitori. 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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Business writing (attivabile in lingua straniera in base alle richieste)	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
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 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.

	Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Comunicazione interpersonale	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 di 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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Comunicazione multimediale e multimodale	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Comunicazione nelle imprese e nelle organizzazioni (attivabile in lingua straniera in base alle richieste)	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 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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Comunicazione per il turismo (attivabile in lingua straniera in base alle richieste)	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Comunicazione per l'editoria	Descrizione: Il modulo verterà sull'approccio da adottare nell'interazione con le case editrici e sul modo in cui quest'ultime si relazionano con il mondo esterno. Tra i principali argomenti trattati, ci saranno: · la creazione di una quarta di copertina; · la redazione di una proposta editoriale per un'opera originale o per una traduzione; · l'organizzazione delle collane editoriali, dei comitati scientifici e dei processi di accreditamento (ASN, Scopus, agenzie di rating). Si approfondiranno, inoltre, le politiche per l'open access e la divulgazione letteraria, saggistica e di varietà, con un focus particolare sul ruolo dei social

	media nell'editoria. Verranno, infine, affrontate tematiche legate alla promozione del catalogo e alla partecipazione ai saloni del libro. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Comunicazione per la promozione museale	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 multimediale: organizzazione contenuti, registro linguistico, rapporto con altri linguaggi, fruibilità, efficacia. Dalla promozione alla mediazione, dalle lingue alle culture: necessità, strategie e criticità. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Comunicazione politica (attivabile in lingua straniera in base alle richieste)	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. Esempificazioni 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). Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Filosofia della comunicazione	Descrizione: Lineamenti di filosofia della comunicazione. Teorie del significato. Elementi di sintassi. Analisi semantica. Pragmatica cognitiva. Analisi delle pratiche conversazionali. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Impatto della Digitalizzazione nella comunicazione	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Linguaggio e comunicazione	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Marketing delle imprese culturali	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Multilinguismo e multiculturalismo	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
Public speaking	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. Accessibile agli uditori: SI Rilascia Open Badge agli uditori: SI
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.



Accessibile agli uditori: SI
Rilascia Open Badge agli uditori: SI

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: 28/11/2025 ore 13:00

Prova di ammissione al master (*)

Colloquio:

Data: 12/12/2025 ore: 17:00

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: SI

Punteggio minimo: Non previsto

Curriculum:

Valutazione complessiva del curriculum

Punteggio minimo: Non previsto



Agevolazioni per la contribuzione

Numero Agevolazioni: Sono previste 6 agevolazioni

Ammontare e criteri attribuzione agevolazioni: Sono previste n.6 agevolazioni per la contribuzione, pari ad 1.000.00 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%.

Agevolazioni per merito

Non sono previste agevolazioni per merito

Segreteria didattica del master

Persona di riferimento: Roberta Giunta
Sede: Consorzio QUINN, Piazza Vittorio Emanuele II, n.2, 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 terminiche 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.

- Il rilascio degli Open Badge è riservato ai soli uditori, previo superamento di apposita verifica, a



cura del dipartimento di afferenza del master.

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**.