

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA REPUBBLICA DI SAN MARINO  
Corso di laurea triennale in Comunicazione e Digital Media

**Declaratorie insegnamenti a bando**

Coorte 2026-2027

**Advertising 3.0** (3 anno)

SSD PHIL-04/B (M-FIL/05) – 6 CFU

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di Advertising 2.0, presente al primo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso, ogni studente/ssa avrà acquisito la capacità di produrre idee creative – cioè interessanti, coinvolgenti, efficaci – che siano funzionali per il brand che le commissiona, con una particolare attenzione alle campagne digitali (social media, audiovisivi virali, realtà aumentata, ecc.). Durante il corso, ogni studente/ssa potrà esercitarsi e mettere alla prova, da solo/a o in gruppo, diverse idee creative, mai in modo astratto ma sempre in riferimento a brief concreti provenienti dalla comunicazione turistica, dal marketing territoriale, dalla comunicazione sociale e istituzionale nell'ambito della salute e della sostenibilità ambientale, dalla comunicazione commerciale nel settore agroalimentare, dal marketing di associazioni imprenditoriali, politiche e sindacali.

**Public Speaking 2** (3 anno)

SSD PSIC-01/A (M-PSI/01) – 6 CFU

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di Public Speaking, presente al primo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito la capacità di produrre messaggi chiari, vivaci e concreti in occasione di presentazioni tecnico-commerciali, dibattiti, conferenze, eventi. Particolare risalto sarà dato al governo della dinamica vocale (volume, tono, ritmo, sospensioni ritmiche) e alle modalità operative di gestione dell'attenzione dell'uditorio. Durante il corso ciascun/a studente/ssa avrà potuto sperimentarsi nel ruolo di oratore/oratrice, progettando e mettendo in scena brevi *speech* a tema, con i quali potrà verificare la propria incisività nella relazione frontale *one to many*. Grazie all'applicazione concreta e mirata, in aula, della regia psicodrammatica – soliloquio, doppio, inversione di ruolo – ogni studente/ssa potrà maturare la sicurezza emozionale di base necessaria a contenere l'ansia da prestazione e a conquistare intensità espressiva.

**Digital Marketing 2** (3 anno)

SSD ECON-07/A (SECS-P/08)– 6 CFU

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di Digital Marketing, presente al primo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media.

Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito capacità tecniche medio-avanzate per: (1) impostare una strategia di *search marketing*, sia posizionando organicamente un sito sui motori di ricerca (SEO) sia avviando azioni di Search Advertising; (2) analizzare il comportamento web degli utenti attraverso i dati (Web Analytics); (3) progettare e migliorare l'esperienza utente (UX) sul web e su smartphone. Sarà inoltre in grado di comprendere come sta evolvendo, oggi, il commercio on-line, a partire da grandi piattaforme come Amazon, passando per logiche di omnicanalità, fino alle potenzialità delle mobile app. Durante il corso ogni studente/ssa si eserciterà, da solo/a o in gruppo, su casi di studio concreti provenienti dai settori oggi leader dell'e-commerce, come il fashion, il luxury, il design, il travel, e con brand esemplari del made in Italy, caratterizzati dalla dimensione spiccatamente internazionale della loro proposta di digital marketing.

### **Social Media Marketing 2 (3 anno)**

SSD ECON-07/A (SECS-P/08)– 6 CFU

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di Social Media Marketing, presente al secondo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito competenze medio-avanzate sul sempre mutevole mondo dei social media. Il corso prevede numerose esercitazioni in aula e un approfondimento pratico-operativo di casi di studio provenienti da diversi settori commerciali – automotive, food & beverage, banking – in modo da evidenziare le differenze di comunicazione strategica e il diverso posizionamento dei brand sui vari media. Durante il corso, si condurranno simulazioni di brainstorming e meeting strategici, con metodologia semiotica e semantico-valoriale, per progettare e realizzare campagne di comunicazione sui social media.

### **New Business Writing 2 (3 anno)**

SSD PHIL-04/B (M-FIL/05) – 6 CFU

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di New Business Writing, presente al secondo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso lo/a studente/ssa avrà approfondito i principi di chiarezza ed efficacia che regolano la scrittura funzionale rivolta ai media digitali, che comporta particolari soluzioni lessicali, sintattiche e testuali. Durante il corso ogni studente/ssa avrà potuto esercitarsi in aula – da solo/a e in gruppi ristretti – nella scrittura di presentazioni, relazioni, commenti e comunicati destinati alla comunicazione aziendale interna ed esterna. Inoltre, ogni studente/ssa avrà sviluppato la propria sensibilità linguistica e avrà affinato le proprie capacità critico-analitiche sulla scrittura destinata ai media digitali.

### **Data Journalism(3 anno)**

SSD PHIL-04/B (M-FIL/05) – 6 CFU

Alla fine del corso lo/a studente/ssa avrà acquisito competenze medio-avanzate su: (1) cosa si intende oggi per *data journalism* e, più in generale, per prodotti *data driven*, (2) quali sono le principali esperienze in Italia e all'estero in questo settore, (3) quali sono le competenze richieste e le prospettive professionali in questo campo. Avrà inoltre appreso ad analizzare i dati, filtrandoli, ordinandoli e raggruppandoli, avrà imparato a “pulire” i dati, a distinguere i dati affidabili da quelli che non lo sono, a destreggiarsi fra dati strutturati e non strutturati, imparando a scaricare tabelle e comprenderne la formattazione, a fare scraping e strutturare dati. Avrà infine imparato a usare gli strumenti fondamentali di visualizzazione dei dati oggi a disposizione, e saprà lavorare sui dati mantenendo sempre ben chiari gli obiettivi da conseguire con la loro presentazione e il pubblico a cui la presentazione è destinata.

### **Idoneità LINGUA INGLESE (2 anno)**

SSD (L-LIN/12)– 6 CFU

Il corso offrirà le competenze necessarie e sufficienti per l'ottenimento, nelle sedi opportune, della certificazione B1, con un'attenzione mirata al linguaggio del settore della Comunicazione d'impresa, dei Digital media e del Digital Marketing.

### **Debunking, Fact Checking, AI (3 anno)**

SSD PHIL-04/B (M-FIL/05) – 6 CFU

Alla fine del corso lo/a studente/ssa avrà acquisito competenze medio-avanzate sul ruolo che l'intelligenza artificiale può svolgere tanto nella costruzione del falso quanto nel suo disvelamento, con particolare attenzione alle applicazioni nel digital marketing, nella progettazione di campagne online e nella costruzione di strategie per piattaforme e ambienti social. Particolare rilievo sarà dato al ruolo dell'intelligenza artificiale nel digital marketing: dall'uso di AI generativa per la produzione di contenuti e campagne, fino ai sistemi di targeting, recommendation, automazione conversazionale e analisi dei dati. Attraverso analisi di casi studio e attività laboratoriali, il corso fornirà competenze pratiche nell'uso di strumenti di verifica delle fonti, monitoraggio delle conversazioni online, analisi dei trend digitali e progettazione di contenuti destinati ai social media e alle piattaforme digitali.

### **Semiotica per i media e per le professioni (2 anno)**

SSD PHIL-04/B (M-FIL/05) – 6 CFU

Il corso integra la disciplina semiotica con il marketing e il digital marketing contemporaneo. Alla fine del percorso gli/le studenti/sse saranno in grado di usare concetti e metodi della disciplina semiotica per analizzare, valutare e progettare diversi prodotti della comunicazione professionale contemporanea. Attraverso case studies e attività laboratoriali, il corso svilupperà competenze operative per la comprensione analitica e, in prospettiva

professionale, per la progettazione di marche e sistemi di identità visiva, campagne pubblicitarie, spazi commerciali, prodotti di design, merci e confezioni, siti web, social media e altri ambienti digitali, nonché fenomeni di moda e pratiche di consumo. Al termine, gli/le studenti/sse saranno capaci di integrare l'approccio semiotico con le esigenze operative di diverse professioni della comunicazione.