



# UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

## Dipartimento di Comunicazione ed Economia 2024/2025





Comunicazione ed economia, tra didattica e ricerca	2
Laboratori e centri di ricerca	4
Servizi agli studenti	6
Cosa sapere per iniziare	8
Il sistema universitario e i corsi di studio	9
<b>Lauree</b>	
Analisi dei dati per l'impresa e la finanza	12
Digital Marketing	14
Marketing e organizzazione d'impresa	16
Scienze della comunicazione	18
<b>Lauree Magistrali</b>	
Economia e diritto per la sostenibilità delle organizzazioni	20
Management e comunicazione d'impresa	22
Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa	24
Informazioni e contatti	26

L'attivazione dei corsi di studio è comunque subordinata alla positiva conclusione dell'iter di accreditamento ministeriale e gli aggiornamenti, compresi i piani di studio, saranno consultabili online su: [www.unimore.it](http://www.unimore.it)

# Comunicazione ed Economia

## Presentazione

Nel 2001 è nato a Reggio Emilia un importante progetto culturale che aveva l'obiettivo di integrare, sia nelle attività didattiche sia nella ricerca, competenze multidisciplinari per lo studio e l'insegnamento di temi legati alla comunicazione, all'economia e alla gestione d'impresa. In questo contesto, il Dipartimento di Comunicazione ed economia si è da sempre impegnato nella costruzione di un'offerta formativa innovativa nei contenuti e nei metodi: ad oggi offre quattro corsi di laurea triennale e tre corsi di laurea magistrale, raccoglie circa 750 matricole all'anno (per un totale di oltre 2.000 iscritti) e vede coinvolti in attività di didattica e di ricerca 48 docenti e ricercatori, con competenze multidisciplinari in tutte le aree di studio legate alla comunicazione, all'economia, alle imprese, ecc.

## Corsi di Studio

Il Dipartimento di Comunicazione ed economia offre quattro corsi di laurea triennale (Analisi dei dati per l'impresa e la finanza, Digital marketing, Marketing e organizzazione d'impresa e Scienze della comunicazione) e tre corsi di laurea magistrale (Economia e diritto per la sostenibilità delle organizzazioni; Management e comunicazione d'impresa; Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa). L'offerta formativa si caratterizza per i contenuti innovativi, finalizzati alla creazione di nuove professionalità.

L'attività didattica include anche insegnamenti che si avvalgono delle competenze di esperti e professionisti nel settore della comunicazio-

ne, e con numerosi tirocini che coinvolgono circa 700 studenti/esse e imprese all'anno. Studenti e studentesse accolgono in modo favorevole queste proposte didattiche, infatti il Dipartimento di Comunicazione ed economia risulta attrattivo sia sul piano locale e regionale, sia su quello nazionale: nell'a.a. 2023/2024 gli iscritti e residenti a Reggio Emilia e a Modena rappresentano il 55% del totale e quelli provenienti da altre regioni raggiungono il 45%.

## Perché studiare qui

La progettazione di nuove figure professionali incontra apprezzamenti e giudizi positivi anche nel mondo del lavoro. Ad oggi il tasso di occupazione a un anno dalla laurea di laureati/e di primo livello è al 61% e quello di laureati/e di secondo livello ha superato l'86%. Un'altra peculiarità del Dipartimento sono le risorse umane, giovani e qualificate. Ad oggi fanno parte del Dipartimento 38 professori e 10 ricercatori. Al personale strutturato si affiancano collaboratori esterni che consentono di qualificare ulteriormente l'offerta formativa, proponendo contenuti innovativi e complementari rispetto a quelli tradizionali previsti dagli ordinamenti didattici.

## Sede e Territorio

A partire da ottobre 2005, la sede del Dipartimento di Comunicazione ed economia è l'ex "Caserma Zucchi", intitolata il 9 febbraio 2013 al costituente e giurista Giuseppe Dossetti. Tutte le lezioni si tengono in questa unica sede. Essa offre agli studenti aule attrezzate, due laboratori informatici rispettivamente con 82 e 85 postazioni pc, la Biblioteca

Universitaria Interdipartimentale e la Mediateca. L'edificio ospita anche collaboratori esterni per l'attività di didattica e di ricerca e i Visiting Professor. La prestigiosa aula magna "Pietro Manodori" è sede di importanti eventi accademici e culturali della città.

## Temi di ricerca

Il Dipartimento riconosce agli eventi scientifici e istituzionali un ruolo importante per il confronto accademico e politico. Nel febbraio del 2013 il Dipartimento ha ospitato il 39mo Incontro di Grammatica Generativa (IGG39), un congresso internazionale di linguistica formale che è considerato, nel panorama europeo, uno degli appuntamenti più prestigiosi per gli studiosi di questo settore. A marzo 2014 il Dipartimento ha organizzato un simposio dedicato alle peculiarità della ricerca sulla comunicazione di business, che è stato il primo evento indirizzato alla raccolta di dati inerenti la comunicazione d'impresa e istituzionale. Il Dipartimento, inoltre, assegna forte priorità all'integrazione con il tessuto economico, sociale e culturale nel quale nasce e cresce. Vanno in questa direzione, tra i vari progetti, la partecipazione alla settimana della Fotografia Europea (dal 2009), il bando "l'Università in uno Scatto" (2011), il convegno "La mia follia e il tuo diritto di cronaca", la ricerca "L'utilizzo dei social network nei Comuni di medie e grandi dimensioni", condotta con il Comune di Reggio Emilia, e la giornata su "Comparazione e classificazione dei dialetti d'Italia" che, nel novembre 2017, ha visto incontrarsi proprio a Reggio Emilia i maggiori studiosi internazionali esperti di dialetti italiani.

# tra didattica e ricerca

## **Gli studenti nei dibattiti culturali e scientifici**

Dal 2010, nell'ambito del ciclo di incontri "Com'è: il punto sulla Comunicazione", studenti e studentesse incontrano professionisti del mondo della comunicazione per discutere di vecchi e nuovi strumenti della comunicazione istituzionale e d'impresa. Le azioni divulgative e le proposte di dibattito si sono succedute negli anni con la partecipazione di responsabili d'impresa, opinionisti, giornalisti. Accanto agli esperti di comunicazione e gestione d'impresa sono stati ospiti di queste iniziative anche personaggi del mondo dello spettacolo, come ad esempio Roberto Vecchioni, Paolo Bertolino, Luciano Ligabue e altri.



# Laboratori

Il Dipartimento si avvale di diverse strutture in cui vengono condotte ricerche che prevedono una stretta collaborazione fra docenti, ricercatori, studenti e studentesse. Partecipare ad un laboratorio consente di svolgere attività di tipo pratico, di mettere a frutto gli strumenti teorici acquisiti attraverso gli insegnamenti istituzionali e di sviluppare nuove competenze.

## MARKETING RESEARCH AND LAB

Il Marketing Research and Lab offre la possibilità di mettere alla prova le proprie capacità, partecipando all'ideazione di una campagna di comunicazione, di un nuovo brand o di un piano di marketing, e di svolgere un lavoro professionalizzante nel campo della ricerca e delle pubbliche relazioni. I progetti realizzati in laboratorio sono coordinati dai docenti del Dipartimento e possono prevedere la collaborazione di professionisti del settore.

prof. Marcello Tedeschi  
marcello.tedeschi@unimore.it

## LABORATORIO RELABMEDIA

ReLabMedia è un laboratorio di produzione audiovisiva che si occupa della sperimentazione di forme innovative di produzione video e della ricerca nel campo della storia e delle tecniche degli audiovisivi. All'interno del laboratorio si possono apprendere le principali tecniche di riuso e rielaborazione degli archivi audiovisivi e imparare a realizzare un prodotto multimediale. Il laboratorio cura i progetti ReLabMedia e Osservatorio Reggio Emilia e dal 2005 a oggi ha realizzato numerose produzioni, molte delle quali in collaborazione con il Comune di Reggio Emilia.

prof. Nicola Maria Dusi  
nicolamaria.dusi@unimore.it

## CENTRO STUDI SULLA GIUSTIZIA NELLE ORGANIZZAZIONI (GIUNO)

GIUNO ha lo scopo di promuovere ricerche sul tema della giustizia nei contesti organizzativi, integrando il punto di vista delle discipline manageriali con quello umanistico dell'antropologia, della filosofia e della psicologia sociale. Gli ambiti di studio e di intervento privilegiati sono quelli della gestione delle risorse umane e della progettazione organizzativa, attraverso l'approfondimento del rapporto esistente tra giustizia e approcci di HRM.

prof. Massimo Neri  
massimo.neri@unimore.it

## CENTRO INTERNAZIONALE DI STUDI SULLA COMUNICAZIONE, LA CREATIVITÀ E I CONSUMI C3

C3 ha lo scopo di promuovere ricerche sul tema della comunicazione d'impresa. Gli ambiti di studio e di intervento privilegiati sono quelli della pubblicità, della moda e della comunicazione mediante Internet; esso intende anche sviluppare l'analisi dei comportamenti di consumo e degli effetti prodotti dai messaggi della comunicazione d'impresa sui consumatori. Il Centro prevede inoltre l'organizzazione di incontri culturali, proiezioni ed esposizioni rivolti a tutta la popolazione e basati sul materiale raccolto nell'archivio digitale del Centro (pubblicità televisiva, pubblicità stampa, pubblicità outdoor, pubblicità online).

prof. Vanni Codeluppi  
vanni.codeluppi@unimore.it

## REGGIO EMILIA BEHAVIORAL AND EXPERIMENTAL LABORATORY (R.E.B.E.L.)

R.E.B.E.L. nasce con l'obiettivo di fornire per l'area emiliana una struttura di riferimento per la raccolta dei dati tramite il metodo dell'economia sperimentale. Ha lo scopo di promuovere le attività di ricerca sul tema dell'economia comportamentale e sperimentale e, più in generale, su tutti i temi di analisi del comportamento umano che tengano in considerazione gli aspetti comportamentali individuali.

prof. Riccardo Ferretti  
riccardo.ferretti@unimore.it  
prof.ssa Francesca Pancotto  
francesca.pancotto@unimore.it

## PSICOSOCIALAB

PsicoSocialLab è un laboratorio virtuale presso il quale si conducono ricerche di psicologia sociale, con una particolare attenzione alle tematiche dei comportamenti alimentari e della comunicazione politica. Gli studenti che vogliono svolgere la propria attività di tesi all'interno del laboratorio impareranno come si fa ricerca in psicologia sociale e saranno seguiti in tutte le fasi di questo percorso.

prof.ssa Nicoletta Cavazza  
nicoletta.cavazza@unimore.it

## IMAGINE INTERACTION LAB – USER EXPERIENCE, DESIGN FICTION AND PROTOTYPING

Imagine Interaction Lab è un laboratorio le cui aree di ricerca riguardano l'ideazione, la sperimentazione e la realizzazione di concept e prototipi (research by design) utili ad esplorare e valutare impatto ed esperienza d'uso di tecnologie emergenti in contesti quotidiani e professionali, avendo come quadro di riferimento gli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni

# e Centri di ricerca

Unite.

dott. Michele Mariani  
michele.mariani@unimore.it

## **CENTRO STUDI E RICERCHE DI CULTURA GIURIDICA ED ECONOMIA APPLICATA**

Il Centro ha lo scopo di curare la ricerca scientifica sui temi delle scelte pubbliche e del benessere sociale ed economico in ambito interno e internazionale; si occupa di crescita economica e benessere sociale, di innovazione legislativa, organizzativa e tecnologica, della struttura dei mercati e dei comportamenti dei soggetti economici.

prof. Massimo Lanotte  
massimo.lanotte@unimore.it

## **DIGITAL DATA LAB**

Digital Data Lab nasce con l'obiettivo di fornire una struttura di riferimento per la raccolta, l'elaborazione e l'analisi di dati quantitativi, testuali e grafici, per la trasformazione dei dati digitali in informazioni fruibili e per la costituzione di archivi informatici. Gli ambiti di studio includono le metodologie informatiche e statistiche necessarie per l'organizzazione, il trattamento e l'analisi della grande quantità di dati generati da processi digitali eterogenei.

prof.ssa Maria Cristiana Martini  
prof. Marco Furini  
digitaldatalab@unimore.it  
[www.digitaldatalab.unimore.it](http://www.digitaldatalab.unimore.it)



# Servizi agli studenti

## La formazione sul campo: lo stage

Il Dipartimento di Comunicazione ed economia dà a studenti e studentesse la possibilità di effettuare un periodo di formazione professionale all'interno delle numerose aziende convenzionate, imprese e istituzioni locali, nazionali ed estere. Attualmente il Dipartimento dispone di una rete di 1.400 aziende convenzionate. Attraverso l'esperienza di stage si ha la possibilità di realizzare, nell'ambito del proprio percorso formativo, momenti di alternanza fra studio e lavoro e di prepararsi alle scelte professionali future.

dott.ssa Manuela Bertolini  
stage.dce@unimore.it

## Studiare e lavorare all'estero: gli scambi internazionali

Unimore offre numerose opportunità di studio e formazione all'estero: partecipando ai programmi di mobilità internazionale è possibile svolgere periodi di studio e di tirocinio; studenti e studentesse possono ricevere un contributo per la copertura delle spese fino ad un massimo di 12 mesi per ciascun ciclo di studio. Sono attive 50 convenzioni con università e istituzioni di formazione superiore in tutto il mondo, di queste 47 nei paesi europei e 3 fuori dall'Europa. Al rientro in Italia, l'attività svolta all'estero sarà riconosciuta in termini di crediti formativi.

Sede Modena: via Università, 4 - 41121 - Sede Reggio Emilia: viale A. Allegri, 9 - 42121  
studentmobility@unimore.it

## La Biblioteca Universitaria

Nell'edificio in cui ha sede il Dipartimento si trova anche la Biblioteca Universitaria Interdipartimentale di Reggio Emilia. Tutti gli studenti e studentesse hanno libero accesso alla struttura utilizzando il tessero universitario o, in alternativa, codice fiscale e tessero sanitario. La biblioteca è parte del Sistema Bibliotecario di Ateneo (SBA) e aderisce alla convenzione stipulata con il Polo modenese del Servizio Bibliotecario Nazionale (SBN). In biblioteca è possibile consultare e richiedere in prestito testi, cd rom, dvd e vhs, e reperire testi e articoli posseduti da altre biblioteche. Gli Studenti e studentesse vengono assistiti nelle ricerche bibliografiche e possono consultare periodici, riviste, banche dati per la redazione della tesi di laurea. In biblioteca si trovano anche otto postazioni multimediali. La Biblioteca si avvale di una Mediateca, dove vengono raccolti raccolti materiali audiovisivi, multimediali, risorse elettroniche come i dvd, i cd-rom e gli e-book.

Direttore Scientifico:  
prof. Fabrizio Montanari  
Coordinatore tecnico:  
dott.ssa Emanuela Raimondi  
biblioteca.reggio@unimore.it  
[www.biblioreggio.unimore.it](http://www.biblioreggio.unimore.it)

## Il Centro Linguistico di Ateneo (CLA)

È una struttura di servizi e ricerca nel campo della didattica avanzata delle lingue straniere a disposizione dell'Ateneo e del territorio e si avvale di collaboratori madrelingua e di tecnici linguistici esperti. Nello

sviluppo dei propri corsi il CLA tiene conto sia delle esigenze specifiche dei corsi di laurea sia delle esigenze degli studenti (età, provenienza, lavoro, ecc...) attraverso un'offerta diversificata di moduli in aula, lezioni a distanza, la piattaforma e-learning, il tutoraggio online.

[www.clamore.unimore.it](http://www.clamore.unimore.it)

## Servizi per gli studenti disabili

Unimore eroga numerosi servizi rivolti a studenti e studentesse disabili e promuove iniziative specifiche finalizzate a favorire la loro integrazione in ambito universitario. In Dipartimento sono disponibili servizi di accoglienza, di trasporto e di supporto alla didattica (ausili informatici, tutors alla pari e tutors didattici, laboratori, abbattimento di barriere architettoniche). L'Università, insieme ad ER-GO (Azienda Regionale per il Diritto agli Studi Superiori), offre diverse forme di benefici per consentire la piena realizzazione del diritto allo studio. È possibile inoltre richiedere interventi personalizzati in relazione al deficit individuale.

dott. Giacomo Guaraldi  
giacomo.guaraldi@unimore.it

## Sostegno nello studio: il tutorato

Studenti e studentesse che hanno difficoltà a organizzare lo studio e hanno bisogno di aiuto per orientarsi nel mondo universitario possono rivolgersi ai servizi di tutorato presenti nel Dipartimento, contattando i docenti e studenti/esse tutor. Il docente tutor fornisce un supporto metodologico-didattico per superare eventuali ostacoli o difficoltà



legati all'apprendimento (per esempio, preparare un esame, mettere in relazione i contenuti delle diverse discipline, chiarire dubbi sulle materie di studio). Studenti e studentesse tutor aiutano i più giovani a costruire un metodo di studio, a mettersi in contatto con i docenti, a chiarire dubbi sul mondo universitario e sui contenuti disciplinari.

Delegato all'orientamento e al tutorato:

prof.ssa Veronica Gabrielli  
[veronica.gabrielli@unimore.it](mailto:veronica.gabrielli@unimore.it)

Coordinamento didattico  
[didattica.dce@unimore.it](mailto:didattica.dce@unimore.it)



# Cosa sapere per iniziare

## A chi rivolgersi

Il sito [www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it) contiene tutte le informazioni sull'organizzazione didattica, pratica e amministrativa del Dipartimento. In caso di ulteriori esigenze studenti e studentesse possono rivolgersi a:

1. Ufficio di Coordinamento didattico (i recapiti si trovano nell'ultima pagina di questa guida), per tutte le questioni relative all'organizzazione didattica (lezioni, esami, programmi di studio, ricevimento docenti, ecc.);
2. Segreteria studenti, per problemi di tipo amministrativo (immatricolazione, modulistica, tasse da pagare, trasferimenti, ecc.).

## Immatricolazione

I corsi di laurea triennale del Dipartimento sono ad accesso libero, a eccezione di Digital marketing che prevede l'accesso programmato attraverso il test TOLC-E. Per le informazioni dettagliate riferite ai criteri e alle modalità di accesso ai corsi di studio, si rimanda al sito di Dipartimento [www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it), nonché al sito di Ateneo [www.unimore.it](http://www.unimore.it). Per accedere ai corsi di laurea magistrale è necessario possedere dei requisiti. I requisiti richiesti da ciascun corso sono disponibili sui siti [www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it) e [www.unimore.it](http://www.unimore.it), unitamente alle regole per la presentazione della domanda e le procedure di valutazione. La domanda di valutazione della carriera universitaria precedente deve essere presentata attraverso una procedura informatizzata su [www.esse3.unimore.it](http://www.esse3.unimore.it). È possibile presentare richiesta di valutazione anche se non si è ancora laureati/e.

## Iscrizioni online

Per immatricolarsi è necessario seguire una specifica procedura online. La prima fase consiste nella registrazione e nella compilazione della domanda di immatricolazione. Qualora sia prevista una procedura selettiva legata all'accesso programmato ai corsi, l'espletamento delle fasi successive è subordinato alla graduatoria di ammissione, nonché ai successivi scorrimenti della graduatoria, in caso di rinunce. Verificata l'ammissibilità, l'ultima fase consiste nel pagamento della prima rata delle tasse universitarie (entro e non oltre il termine fissato dal bando di selezione); dopo questo passaggio l'immatricolazione diventa definitiva. Per i dettagli sulle modalità di accesso e di immatricolazione visitare la pagina [www.unimore.it/ammissione/immaisc.html](http://www.unimore.it/ammissione/immaisc.html).

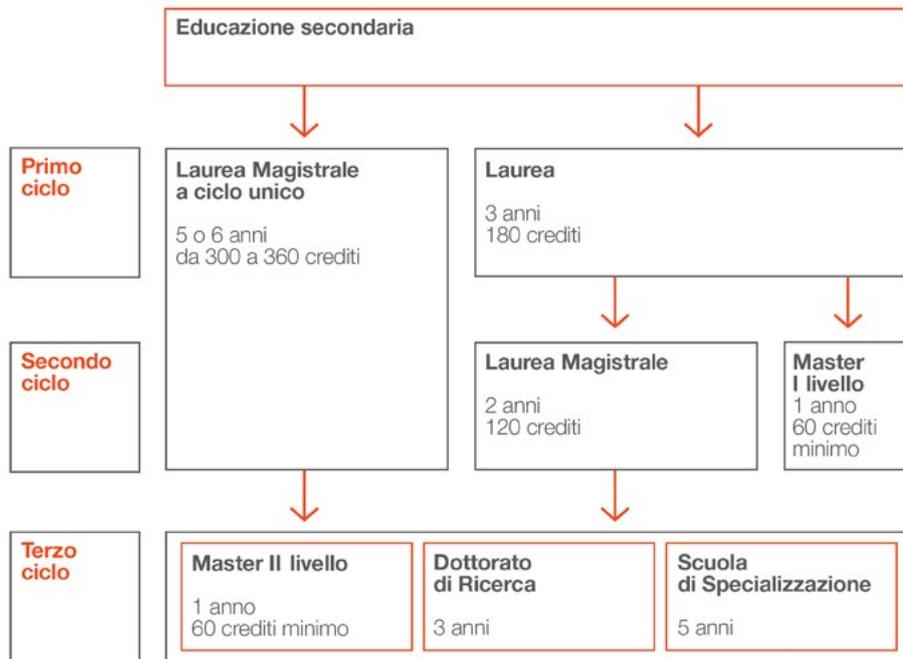
## Tasse e benefici

L'importo delle tasse da pagare si trova sulla pagina [www.unimore.it/ammissione/tasse.html](http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html). Ogni anno l'Università ed Er.Go (Azienda Regionale per il Diritto agli Studi Superiori) erogano diverse forme di contributi per sostenere concretamente studenti e studentesse durante gli studi: borse di studio, esonero dalle tasse universitarie, premi di studio, accesso a mense e ad alloggi, collaborazioni retribuite. I benefici sono concessi sulla base di requisiti di condizione economica e/o merito.

## Servizi online

Esse3 è lo sportello online che consente di gestire da casa quasi tutte le operazioni di segreteria: immatricolazioni e iscrizioni, iscrizioni agli esami, registrazione dei voti, stampa di certificati. Per entrare in Esse3 è necessario collegarsi al sito [www.esse3.unimore.it](http://www.esse3.unimore.it) e accedere all'area riservata. Le dispense e il materiale didattico di supporto allo studio, che i docenti mettono a disposizione, sono scaricabili da Moodle ([moodle.unimore.it](http://moodle.unimore.it)), il portale della didattica online accessibile a coloro iscritti ai Corsi del Dipartimento. Inoltre, studenti e studentesse hanno a disposizione una scrivania virtuale, basata su Google Apps Education, che contiene strumenti e servizi come mailbox (gmail), calendari (calendar), documenti condivisi (documents) e messaggistica istantanea (chat). Per accedere a tutti i servizi informatici d'Ateneo è necessario possedere delle credenziali personali (nome utente e password), che vengono fornite al momento dell'immatricolazione.

# Il Sistema universitario



L'offerta didattica si articola in corsi di studio organizzati su due livelli, in sequenza tra loro.

## I livello, Laurea

La laurea assicura un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici generali, anche nel caso in cui sia orientata all'acquisizione di specifiche conoscenze e competenze professionali. La durata normale della laurea è di 3 anni. Per essere ammessi occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Per conseguire la laurea, unitamente alla qualifica accademica di dottore, lo studente deve aver maturato 180 CFU (Crediti Formativi Universitari) comprensivi di quelli relativi alla conoscenza obbligatoria anche di una lingua straniera.

## II livello, Laurea Magistrale

La laurea magistrale offre una formazione di livello avanzato per l'esercizio di attività di elevata qualificazione in ambiti specifici. La durata normale della laurea magistrale è di 2 anni. Per essere ammessi occorre essere in possesso della laurea o di un diploma universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Per conseguire la laurea magistrale, unitamente alla qualifica accademica di dottore magistrale, lo studente deve avere maturato 120 CFU (Crediti Formativi Universitari).

## Laurea Magistrale a ciclo unico

Nei casi previsti dalla normativa nazionale o dell'Unione Europea, la laurea magistrale può essere a ciclo unico, ossia consistere in un percorso formativo cui si accede con il

diploma di scuola secondaria superiore, o altro titolo conseguito all'estero e riconosciuto idoneo, per una durata normale di 5 o 6 anni. Per conseguire la laurea magistrale nei corsi a ciclo unico, unitamente alla qualifica accademica di dottore magistrale, lo studente deve aver maturato 300 o 360 CFU (Crediti Formativi Universitari), a seconda della durata del corso.

## Dopo la laurea

Dopo il conseguimento della Laurea o della Laurea Magistrale, a seconda del titolo di studio acquisito, la formazione universitaria può essere proseguita nei Corsi di Master Universitario di primo o secondo livello, Dottorato di Ricerca e Scuole di Specializzazione. Al termine si consegue rispettivamente il titolo di master universitario, dottore di ricerca e di specialista. La durata di questi corsi di studio varia da un minimo di un anno fino a un massimo di 6 anni.

## CFU Crediti Formativi Universitari

Il CFU è l'unità di misura di lavoro richiesto allo studente per l'espletamento di ogni attività formativa prescritta dagli ordinamenti didattici dei corsi di studio per conseguire un titolo di studio universitario. Ciascun CFU dei corsi di laurea e di laurea magistrale corrisponde a 25 ore di impegno medio per studente. I CFU sono acquisiti dallo studente con il superamento dell'esame o di altra forma di verifica del profitto.

## Attività formative

Per attività formativa si intende ogni attività organizzata o prevista dalle università al fine di assicurare la for-

# e i Corsi di studio

mazione culturale e professionale degli studenti, con riferimento, tra l'altro, ai corsi di insegnamento, ai seminari, alle esercitazioni pratiche o di laboratorio, alle attività didattiche a piccoli gruppi, al tutorato, all'orientamento, ai tirocini, ai progetti, alle tesi, alle attività di studio individuale e di autoapprendimento.

## Classi di laurea

I corsi di studio sono raggruppati in classi di laurea e classi di laurea magistrale. La classe è indicata da un numero e riunisce i corsi con i medesimi obiettivi formativi, definiti per legge, cioè l'insieme delle conoscenze e delle abilità che caratterizzano il profilo culturale e professionale del corso di studio. I corsi attivati nella stessa classe hanno identico valore legale. Le lauree e le lauree magistrali sono rilasciate con l'indicazione della classe ministeriale di appartenenza.

## Curriculum

Articolazione all'interno di un corso di studi, definito da un gruppo di discipline specifiche.

## OFA Obblighi Formativi Aggiuntivi

L'accesso all'Università deve essere preceduto da una verifica obbligatoria delle conoscenze iniziali, necessarie per poter frequentare proficuamente il corso di laurea. L'esito di tale verifica può attribuire allo studente obblighi formativi aggiuntivi (OFA) che sono da assolvere entro il primo anno di corso. Attraverso la frequenza di specifici corsi organizzati dall'Ateneo gli studenti vengono agevolati nel recupero di tali debiti formativi finalizzati al superamento

della conclusiva prova di accertamento del profitto.

## Anno accademico

Rappresenta il periodo durante il quale si svolgono le lezioni, le sessioni di esame e di laurea. Le attività didattiche iniziano di norma non oltre il 1° ottobre e terminano non oltre il 30 settembre dell'anno successivo.

## Attività didattica

L'attività didattica si articola, di norma, in due periodi didattici (semestri) e inizia generalmente il 1° ottobre. La sessione d'esame è unica, ha inizio con il 1° novembre e termina entro il 20 aprile dell'anno accademico successivo. Sono previsti vari appelli d'esame nei periodi di interruzione delle lezioni.

## Accessi

L'accesso ai corsi di studio può essere a numero programmato nazionale, a numero programmato locale, libero. Per iscriversi ad un corso ad accesso programmato è necessario superare l'esame di ammissione. Essi sono regolati da specifici bandi. I corsi ad accesso libero non prevedono una selezione; tuttavia, è obbligatorio sottoporsi al test di verifica delle conoscenze iniziali.

## Esame

Rappresenta l'accertamento del profitto dello studente rispetto alla attività formativa svolta. Il voto d'esame è espresso in trentesimi.

## Prova Finale

La laurea e la laurea magistrale si conseguono, unitamente alla relativa qualifica accademica, previo superamento della prova finale.



# Analisi dei dati per l'impresa e la finanza

**Sede:** Reggio Emilia  
**Durata:** 3 anni  
**Crediti Formativi:** 180  
**Classe di Laurea:** L-41 Statistica

**Titolo di studio richiesto:**  
 Diploma di Scuola Superiore.  
**Accesso:** libero.

## PIANO DI STUDI

(Tra parentesi i CFU Crediti Formativi Universitari)

### Primo Anno

Matematica generale (6)  
 Algebra lineare (6)  
 Fondamenti di informatica (6)  
 Calcolo delle probabilità (6)  
 Statistica descrittiva (9)  
 Base di dati (9)  
 Modelli e strategie di Data Governance (12)  
 Modelli di business e decisioni strategiche (6)  
 Idoneità di lingua inglese (3)

### Secondo Anno

Etica e dati nelle decisioni d'impresa (6)  
 Cloud Computing (6)  
 Data Science Lab (6)  
 Inferenza statistica (9)  
 Analisi dei dati multidimensionali (12)  
 Data Reduction, Information Design e Data Visualization (9)  
 A scelta dello studente (12)

### Terzo Anno

Modelli statistici - GLM (9)  
 Project Valuation (6)  
 Text processing e social analytics (6)  
 Machine e deep learning (9)  
 Metodologie di Change Management (6)

Tirocinio (18)  
 Prova finale (3)

## Presentazione

Nelle organizzazioni e nelle imprese pubbliche e private è ormai pervasiva l'esigenza di ancorare le decisioni economiche e i modelli gestionali a basi di dati strutturate, che siano al contempo funzionali alla definizione degli obiettivi strategici e strumento di monitoraggio delle performance di progetto. Diventa pertanto essenziale, nell'attuale contesto economico, sociale e istituzionale, la figura professionale che il corso intende formare: capace, per le competenze tecniche e di coordinamento di cui è dotata, di gestire, accrescere e valorizzare il patrimonio informativo delle organizzazioni e delle imprese.

Il corso di laurea organizza le competenze su quattro aree tecnologico-scientifiche, per l'analisi e la gestione dei dati, sempre interpretate in contesti applicativi legati alle decisioni strategiche e manageriali delle imprese.

Gli insegnamenti dell'area Data Engineering forniscono le conoscenze di base teoriche e metodologiche per la raccolta, l'analisi e l'elaborazione dei dati ai fini della creazione di modelli interpretativi e predittivi a supporto delle decisioni strategiche data-driven e finanziarie delle imprese. In particolare, con le discipline statistiche si acquisiscono le conoscenze relative al calcolo delle probabilità, alla teoria e alle metodologie della statistica descrittiva, inferenziale, all'analisi multidimensionale dei dati e ai modelli GLM.

Gli insegnamenti dell'area Data Science (Costruzione e analisi di basi di dati) forniscono le conoscenze di base teoriche e metodologiche per raccogliere, analizzare e generare informazioni di valore per le decisioni d'impresa. In particolare, gli insegnamenti di area informatica forniscono le conoscenze di base relative alle strutture e architetture di dati, ai principali linguaggi

di programmazione e ai modelli e alle tecniche di machine learning.

Gli insegnamenti dell'area Information Governance and Management (Organizzazione del patrimonio informativo delle imprese) forniscono le conoscenze teoriche e metodologiche per costruire le strategie di governo e gestione del patrimonio delle informazioni d'impresa. Accanto agli strumenti di progettazione del framework di riferimento e degli orientamenti per la sua gestione, sono fornite anche le conoscenze relative alla valutazione delle implicazioni etiche legate all'uso delle basi dati sia interne sia esterne per finalità strategiche e gestionali.

Gli insegnamenti dell'area Information Design (Rappresentazione e visualizzazione dei dati) forniscono le conoscenze metodologiche e gli strumenti per poter rappresentare, diffondere e valorizzare il patrimonio informativo d'impresa in modo efficace e a effettivo supporto delle decisioni strategiche e gestionali. In particolare, vengono approfonditi i temi sulle tecniche di riduzione e rappresentazione dei dati sulla base del pubblico di riferimento e sui modelli di visualizzazione più idonei in funzione dei contenuti da trasferire.

## Accesso al corso

Il corso è ad accesso libero. Per informazioni sulla procedura di immatricolazione e sulle relative scadenze si rimanda alla pagina <https://www.unimore.it/ammissione/immaisc.html>

## Occasioni di studio all'estero

Nell'ambito del programma Erasmus, studenti e studentesse possono recarsi all'estero per svolgere periodi di studio e di tirocinio e possono ricevere un contributo per la copertura delle spese fino ad un massimo di 12 mesi per ciascun ciclo di studio. Sono attive 50 convenzioni con università e istituzioni

di formazione superiore in tutto il mondo, di queste 47 nei paesi europei e 3 fuori dall'Europa. Le sedi convenzionate europee sono situate principalmente nella penisola iberica (Spagna e Portogallo), il resto in Francia, Germania, Grecia e nei Paesi Scandinavi.

Fuori dall'Europa il Dipartimento ha accordi con la Cina, la Colombia e gli Stati Uniti.

### Proseguire gli studi

Laureati e laureate avranno acquisito le competenze per proseguire gli studi sia in ambito economico-gestionale (LM-56 Scienze dell'economia; LM-77 Scienze economico-aziendali) sia in ambito informatico-statistico (LM-18 In-

formatica; LM-Data Data Science; LM-82 Scienze statistiche; LM-31 Ingegneria gestionale; LM-32 Ingegneria informatica).

### Mondo del lavoro

Le aree formative del corso di studio sono state individuate sulla base dell'indicazione di un profilo professionale innovativo e richiesto sia dalle imprese sia dagli enti e dalle istituzioni. È, infatti, ormai pervasiva l'esigenza di supportare le decisioni strategiche, economiche e di crescita sociale con dati e informazioni che consentano sia di individuare in modo preciso gli obiettivi da raggiungere sia di monitorare le performance di percorso. Il ricorso a metodologie didattiche interattive e

la presenza sistematica di esperti di settore in aula permette a laureati e laureate di raggiungere competenze professionalizzanti che consentono l'inserimento in ruoli sia tecnici sia di coordinamento nell'ambito dei sistemi informativi di organizzazioni e imprese pubbliche e private.

### Presidente Corso di Laurea

Prof. Massimo Neri  
tel. 0522 523246  
massimo.neri@unimore.it

[www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it)



# Digital Marketing

**Sede:** Reggio Emilia  
viale Antonio Allegri, 9  
**Durata:** 3 anni  
**Crediti Formativi:** 180  
**Classe di Laurea:** L-18  
Scienze dell'economia e della gestione  
aziendale

**Titolo di studio richiesto:**  
Diploma di Scuola Superiore.  
**Accesso:** Accesso programmato.

## PIANO DI STUDI

(Tra parentesi i CFU Crediti Formativi Universitari)

### Primo Anno

Diritto dell'economia digitale I (6)  
Analisi dei dati per il marketing digitale I (6)  
Modelli di business e innovazione strategica (6)  
Strategie di marketing digitale (6)  
Informatica I (6)  
Economia della crescita (9)  
Inglese A2-B1 (lettorato)  
Analisi e profilazione degli acquirenti digitali (6)  
Digital Analytics (6)

### Secondo Anno

Diritto dell'economia digitale II (12)  
(modulo 1 + modulo 2)  
Analisi dei dati per il marketing digitale II (12)  
(modulo 1 + modulo 2)  
Informatica II (6)  
Inglese B1-B2 (3)  
Marca e comunicazione digitale (9)  
Digital Marketing e pianificazione strategica (9)

Tirocinio II (15)  
A scelta dello studente (12)

### Terzo Anno

Banche e finanza digitale (6)  
Inglese B2-C1 (3)  
Direct Marketing (12)  
(modulo 1 + modulo 2)  
Marketing Technologies for eCommerce (12)  
(modulo 1 + modulo 2)

Tirocinio III (15)  
Prova finale (3)

## Presentazione

Il corso di laurea si propone di formare professionalità capaci di produrre soluzioni innovative nell'ambito dell'economia digitale e di farsi attive interpreti del cambiamento. Operare in un'economia digitale significa, infatti, cogliere gli elementi di novità quando sono ancora in forma destrutturata, agendo con gli opportuni strumenti tecnici e di coordinamento gestionale per interfacciarsi con la domanda e le relazioni di rete.

Il progetto formativo del Corso di laurea in Digital marketing è articolato in quattro aree di apprendimento: quantitativa, giuridica, economica e strategico-gestionale. Gli insegnamenti nelle quattro aree sono finalizzati ad acquisire le conoscenze teoriche, la strumentazione operativa e l'esperienza professionalizzante utili ad un profilo in uscita in grado di gestire l'attività di marketing in contesto digitale. Nello specifico, le competenze fornite nella prima area sono relative alla raccolta e analisi dei dati, nella seconda alla "strumentazione giuridica" per la comunicazione su web, nella terza alla profilazione degli scenari competitivi e, infine, nella quarta al coordinamento della comunicazione e della distribuzione digitale, con tutti gli strumenti di interazione su web a disposizione delle imprese.

## Accesso al corso

Il corso di laurea è ad accesso programmato. Per accedere alla graduatoria occorre aver conseguito il TOLC-E. Per la formazione della graduatoria si aggiungerà ai risultati del suddetto test l'eventuale certificazione di lingua inglese in possesso dei candidati. Per tutti i dettagli si rimanda al bando di ammissione al corso di laurea, rinnovato annualmente.

Il progetto formativo introduce importanti novità nelle metodologie

didattiche: prevede, infatti, di affiancare corsi di base, applicativi, "teamwork" e tirocinio durante ogni anno di corso. I "corsi di base" sono destinati alla sedimentazione delle conoscenze; i "corsi applicativi", erogati con il supporto di esperti di settore, consentono di approfondire la conoscenza, di condividere gli orientamenti e gli strumenti emergenti nell'economia digitale e di avviare specifici progetti operativi, che rappresentano la sede per sperimentare l'applicazione delle conoscenze e per condensare le capacità acquisite. Ogni insegnamento "applicativo" prevede, infatti, progetti di gruppo che, animati da obiettivi predefiniti con le imprese coinvolte nell'iniziativa e coordinati da tutor d'aula, dovranno essere presentati e discussi pubblicamente. Il tirocinio, al quale è riservato uno spazio dedicato e crescente nel secondo e nel terzo anno del corso di studi, permette di verificare in ambiente reale conoscenze e capacità acquisite.

## Occasioni di studio all'estero

Nell'ambito del programma Erasmus, studenti e studentesse possono recarsi all'estero per svolgere periodi di studio e di tirocinio e possono ricevere un contributo per la copertura delle spese fino ad un massimo di 12 mesi per ciascuno ciclo di studio. Sono attive 50 convenzioni con università e istituzioni di formazione superiore in tutto il mondo, di queste 47 nei paesi europei e 3 fuori dall'Europa. Le sedi convenzionate europee sono situate principalmente nella penisola iberica (Spagna e Portogallo), il resto in Francia, Germania, Grecia e nei Paesi Scandinavi. Fuori dall'Europa il Dipartimento ha accordi con la Cina, la Colombia e gli Stati Uniti.



foto di Antonio Iurlaro

### Proseguire gli studi

Il Dipartimento di Comunicazione ed economia offre tre corsi di laurea magistrale, che consentono l'accesso a laureati e laureate in Digital marketing. I corsi di laurea magistrale sono i seguenti: Economia e diritto per la sostenibilità delle organizzazioni; Management e comunicazione d'impresa; Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa.

### Mondo del lavoro

Il corso di laurea si propone di formare giovani laureati e laureate da impiegare in ruoli di digital marketing specialist. Sono figure capaci di lavorare per obiettivi, in team inter-funzionali e di contribuire alle decisioni strategiche d'impresa. Le loro competenze consentono di occupare ruoli di project middle manager in differenti aree d'impresa,

sebbene le conoscenze, capacità e abilità acquisite assegnino all'area marketing la destinazione preferenziale. Le principali opportunità di crescita professionale trovano la loro naturale collocazione nelle imprese manifatturiere e di servizi, sia business to business, sia business to consumer, ma le competenze acquisite nella comunicazione digitale rendono attrattiva questa professionalità anche in istituzioni e enti locali, nazionali ed internazionali.

### Vero o Falso?

I corsi di studio sono prevalentemente teorici e dunque è difficile trovare lavoro dopo la laurea? **FALSO** Il Corso di laurea in Digital marketing abbina i corsi teorici con corsi applicativi, teamwork e tirocini, in collaborazione con aziende ed esperti di settore per formare giovani laureati con l'opportunità di inserirsi direttamente all'interno

di aziende ed organizzazioni come digital marketing specialists e/o di completare il proprio profilo professionale iscrivendosi ad un corso di laurea di II livello.

#### Presidente Corso di Laurea

prof.ssa Silvia Grappi  
tel. 0522 523263  
silvia.grappi@unimore.it

#### Delegato al tutorato

prof.ssa Giovanna Galli  
tel. 0522 523243  
giovanna.galli@unimore.it

[www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it)

LAUREA TRIENNALE · SOCIETÀ

# Marketing e organizzazione d'impresa

**Sede:** Reggio Emilia  
viale Antonio Allegri, 9  
**Durata:** 3 anni  
**Crediti Formativi:** 180  
**Classe di Laurea:** L-18  
Scienze dell'economia e della gestione  
aziendale

**Titolo di studio richiesto:**  
Diploma di Scuola Superiore.  
**Accesso:** Accesso Libero

## PIANO DI STUDI

(Tra parentesi i CFU Crediti Formativi Universitari)

### Primo Anno

Diritto privato dell'economia (6)  
Economia aziendale (9)  
Economia dei sistemi d'impresa (6)  
Informatica (6)  
Istituzioni di economia politica I (9)  
Lingua inglese (6)  
Matematica (6)  
Sociologia del lavoro e dell'organizzazione (6)

### Secondo Anno

Amministrazione e controllo (9)  
Diritto dei contratti e delle relazioni d'impresa (12)  
Fondamenti di marketing (9)  
Introduzione alla statistica per le scienze economiche e sociali (12)  
Istituzioni di economia politica II (9)  
Organizzazione aziendale (9)  
Psicologia sociale (6)  
A scelta dello studente (12)

### Terzo Anno

Marketing distributivo (9)  
Psicologia dei processi cognitivi (6)  
Tirocinio - altre attività (9)  
Prova finale (6)

Due insegnamenti obbligatori tra:  
Contabilità e bilancio (9)  
Comunicazione d'impresa (9)  
Comportamento organizzativo (9)

## Presentazione

Il Corso di laurea in Marketing e organizzazione d'impresa risponde al crescente fabbisogno di professionalità capaci di unire competenze commerciali e di marketing con conoscenze relative all'organizzazione dell'attività d'impresa, che sappiano utilizzare le nuove tecnologie dell'informazione e gestire la comunicazione interna ed esterna. Sia le grandi che le piccole e medie imprese mostrano sempre più interesse verso professionalità dotate di nuove abilità per la gestione delle relazioni con i mercati nazionali ed internazionali, che siano in grado di utilizzare i nuovi strumenti di comunicazione e che seguano il passo dei continui cambiamenti che investono gli attuali contesti competitivi.

## Caratteristiche del corso

Il percorso di studi prevede lezioni frontali tradizionali, moduli seminari, attività di gruppo e attività di tirocinio, importanti soprattutto per sviluppare la capacità di applicazione delle conoscenze acquisite. Il corso di laurea è articolato in quattro aree principali di studio. La prima si concentra sugli strumenti, utili sia nei contesti competitivi locali che in quelli internazionali, per l'analisi e il monitoraggio delle relazioni con la clientela e quindi sulle strategie di prodotto, sulle politiche di prezzo e di gestione delle reti di vendita. La seconda area è incentrata sui modelli organizzativi adottati per il coordinamento dell'attività d'impresa e delle relazioni tra attori economici e istituzionali. La terza area affronta le tematiche dell'organizzazione aziendale e della gestione delle risorse umane, con un riferimento costante alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione e agli opportuni riferimenti normativi. Infine la quarta area approfondisce temi relativi alle strategie e alle politiche di marke-

ting e alla comunicazione d'impresa, con particolare riferimento all'attività della grande distribuzione moderna.

## Occasioni di studio all'estero

Nell'ambito del programma Erasmus, studenti e studentesse possono recarsi all'estero per svolgere periodi di studio e di tirocinio e possono ricevere un contributo per la copertura delle spese fino ad un massimo di 12 mesi per ciascun ciclo di studio. Sono attive 50 convenzioni con università e istituzioni di formazione superiore in tutto il mondo, di queste 47 nei paesi europei e 3 fuori dall'Europa. Le sedi convenzionate europee sono situate principalmente nella penisola iberica (Spagna e Portogallo), il resto in Francia, Germania, Grecia e nei Paesi Scandinavi. Fuori dall'Europa il Dipartimento ha accordi con la Cina, la Colombia e gli Stati Uniti.

## Proseguire gli studi

Il Dipartimento di Comunicazione ed economia offre tre corsi di laurea magistrale, di cui due in particolare concedono l'accesso diretto a laureati e laureate nella classe L-18 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale). I due corsi di laurea magistrale sono i seguenti: Economia e diritto per la sostenibilità delle organizzazioni; Management e comunicazione d'impresa.

## Mondo del lavoro

Il corso di laurea offre le competenze necessarie per intraprendere percorsi di carriera manageriale nelle differenti aree della gestione aziendale e approfondisce conoscenze specifiche nelle funzioni di marketing e organizzazione aziendale. Le opportunità di carriera si intendono prevalentemente rivolte a professionalità che operano



nell'ambito delle imprese manifatturiere e di servizi, ma le conoscenze acquisite possono essere opportunamente indirizzate ad attività di consulenza o gestionali in amministrazioni pubbliche. Infine, la preparazione teorica e applicativa relativa alle principali metodologie per l'analisi ed il monitoraggio del mercato permette l'inserimento, con ruoli operativi, in strutture dedicate a tali attività sia con funzioni progettuali che di rilevazione ed elaborazione dati.

### Vero o Falso?

É più facile affrontare questo corso di laurea avendo un diploma di carattere economico (es. istituto tecnico commerciale)? **FALSO** I dati di immatricolazione mostrano come studenti e studentesse provengano

da vari istituti (44% liceo; 49,4% istituti tecnici). L'aver affrontato certe materie già nella scuola secondaria può essere di aiuto, ma non vengono considerate come pre-requisito in alcun insegnamento.

I non frequentanti sono svantaggiati rispetto ai frequentanti? **FALSO** Non è previsto l'obbligo di frequenza. Frequentare le lezioni è un'opportunità per comprendere meglio le materie. Tuttavia chi non ha frequentato potrà sostenere gli esami basandosi sul materiale didattico (libri, dispense, slides, lezioni video-registrate, ecc.) uguale per tutti.

### Presidente Corso di Laurea

prof. Paolo Di Toma  
tel. 0522 523244  
paolo.ditoma@unimore.it

### Delegato al tutorato

prof.ssa Veronica Gabrielli  
tel. 0522 523233  
veronica.gabrielli@unimore.it

[www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it)

# Scienze della comunicazione

**Sede:** Reggio Emilia  
viale Antonio Allegri, 9  
**Durata:** 3 anni  
**Crediti Formativi:** 180  
**Classe di Laurea:** L-20  
Scienze della comunicazione

**Titolo di studio richiesto:**  
Diploma di Scuola Superiore.  
**Accesso:** Accesso libero

## PIANO DI STUDI

(Tra parentesi i CFU Crediti Formativi Universitari)

### Primo Anno

Introduzione alla linguistica (9)  
Istituzioni di economia (6)  
Lingua inglese A (6)  
Psicologia generale (9)  
Psicologia sociale (9)  
Semiotica (9)  
Sociologia generale (9)

### Secondo Anno

Analisi dei dati per la ricerca sociale (9)  
Analisi linguistica per la comunicazione (6)  
Il lingua straniera - a scelta tra francese e tedesco (3)  
Lingua inglese B (6)  
Tecnologia della comunicazione (9)  
A scelta dello studente (12)

#### Curriculum: Linguaggi dei media

Teorie della narrativa (6)  
Sociologia della comunicazione (6)  
Visual and media studies (9)

#### Curriculum: Comunicazione d'impresa

Modelli di business (6)  
Organizzazione e risorse umane (6)  
Sociologia dell'innovazione (9)

### Terzo Anno

Diritto dell'informazione e della comunicazione (6)  
Laboratorio di comunicazione multimediale (12)  
Storia del tempo presente (9)

#### Curriculum: Linguaggi dei media

Digital humanities (6)  
Semiotica del cinema e dei media (9)

#### Curriculum: Comunicazione d'impresa

Marketing e comunicazione (9)  
Psicologia delle decisioni (6)

Tirocinio - altre attività (9)  
Prova finale (6)

## Presentazione

La comunicazione e l'informazione hanno oggi un ruolo decisivo nelle prassi operative e strategiche di organizzazioni pubbliche e private. Per inserirsi in tali contesti professionali è necessario acquisire una conoscenza specializzata dei meccanismi che regolano i processi comunicativi, ed impadronirsi degli strumenti che servono per governarli. Il Corso di laurea in Scienze della comunicazione propone un percorso di studi teorici e pratici che mette studenti e studentesse in grado di riconoscere le peculiarità delle tipologie di testi (scritti, visivi, audiovisivi, multimediali) che vengono prodotti con diverse tecniche e tecnologie comunicative, in particolare quelle legate ai cosiddetti "nuovi media". Particolare importanza rivestono quindi le attività laboratoriali indirizzate alla progettazione, all'allestimento pratico e alla gestione di forme comunicative (per es. pagine web, testi multimediali o cartacei) con funzioni di interfaccia tra pubblico e organizzazioni o istituzioni all'interno di articolate strategie comunicative o di marketing.

## Caratteristiche del corso

Uno spazio importante è dedicato allo sviluppo delle abilità comunicative nella prospettiva del loro uso in contesti reali di comunicazione pubblica e privata. In particolare, studenti e studentesse maturano abilità connesse con attività di tipo redazionale, soprattutto in contesti di comunicazione multimediale, con la produzione di vari tipi di testi in ambiti culturali ed editoriali e con la gestione della comunicazione d'impresa.

Lo studio della psicologia, della sociologia, dell'informatica, della linguistica e della semiotica consente di acquisire le conoscenze teoriche basilari dei processi comunicativi, che vengono completate anche

dall'introduzione di conoscenze di base di economia, statistica, ricerca sociale e diritto dell'informazione.

Alla preparazione teorica si affiancano due percorsi formativi. Nel primo percorso si approfondiscono i linguaggi dei media attraverso lo studio, dal punto di vista sociologico e semiotico, di cinema, televisione, web, nuove forme di narrazione e di comunicazione, con uno sguardo privilegiato alle cosiddette Digital Humanities. Il secondo percorso è dedicato alla comunicazione d'impresa, e affronta lo studio dei processi comunicativi delle organizzazioni e delle aziende, con riferimento alla comunicazione sia interna che esterna.

## Occasioni di studio all'estero

Nell'ambito del programma Erasmus, studenti e studentesse possono recarsi all'estero per svolgere periodi di studio e di tirocinio e possono ricevere un contributo per la copertura delle spese fino ad un massimo di 12 mesi per ciascun ciclo di studio. Sono attive 50 convenzioni con università e istituzioni di formazione superiore in tutto il mondo, di queste 47 nei paesi europei e 3 fuori dall'Europa. Le sedi convenzionate europee sono situate principalmente nella penisola iberica (Spagna e Portogallo), il resto in Francia, Germania, Grecia e nei Paesi Scandinavi. Fuori dall'Europa il Dipartimento ha accordi con la Cina, la Colombia e gli Stati Uniti.

## Proseguire gli studi

Il Dipartimento di Comunicazione ed economia offre tre corsi di laurea magistrale, di cui due in particolare concedono l'accesso diretto a laureati e laureate nella classe L-20 (lauree in Scienze della comunicazione). Questi due corsi sono: Management e comunicazione d'im-



**FALSO** Il nostro Dipartimento registra un livello di occupazione molto alto già dopo il conseguimento della laurea triennale (61,5% rispetto al 42% di media nazionale), considerando peraltro che molti decidono poi di iscriversi ad un corso di laurea di II livello.

presa; Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa. Per gli altri corsi di laurea è prevista una verifica individuale del possesso dei requisiti di accesso. Coloro che non possiedono tutti i requisiti per l'accesso al corso di laurea dovranno recuperare eventuali debiti formativi prima di poter effettuare l'iscrizione e di poter sostenere gli esami (ma potranno frequentare le lezioni anche prima di essere formalmente iscritti).

### **Mondo del lavoro**

Attraverso il Corso di laurea in Scienze della comunicazione si acquisiscono competenze specifiche per diventare addetti alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico, esperti di multimedialità e di istruzione a distanza, professionisti nelle aziende editoriali e nelle agenzie pubblicitarie e di comunicazione, e per lavorare negli ambiti della comunicazione esterna (pubblicità, eventi, pubbliche relazioni) e interna delle aziende. Il profilo professionale del laureato in Scienze della comunicazione comprende anche ruoli di "imprenditore e manager

della comunicazione" e figure professionali d'interfaccia, in grado di fare da collegamento tra differenti funzioni e/o tra differenti organizzazioni o tra le istituzioni e il pubblico.

### **Vero o Falso?**

È vero che se non supero gli esami del primo anno vado fuori corso? **FALSO** Nel nostro corso di laurea non ci sono sbarramenti e propedeuticità. Consigliamo di seguire l'ordine logico degli insegnamenti come progettato nel piano di studi, ma tutti possono scegliere liberamente quali esami sostenere tra quelli previsti per ciascun anno di corso.

È vero che la maggior parte degli esami è "a crocette"? **FALSO** È più probabile che questo accada negli esami del primo anno; in ogni caso nessun esame del nostro dipartimento è interamente a crocette.

I nostri corsi di studio sono poco professionalizzanti e dunque è difficile trovare lavoro dopo la laurea?

### **Presidente Corso di Laurea**

prof.ssa Cinzia Bianchi  
tel. 0522 523120  
cinzia.bianchi@unimore.it

### **Delegato al tutorato**

prof.ssa Cristina Guardiano  
tel. 0522 523230  
cristina.guardiano@unimore.it

[www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it)

# Economia e diritto per la sostenibilità delle organizzazioni

**Sede:** Reggio Emilia  
viale Antonio Allegri, 9  
**Durata:** 2 anni  
**Crediti Formativi:** 120  
**Classe di Laurea:** LM-77  
Scienze economico-aziendali;  
LM-63  
Scienze delle pubbliche amministrazioni  
**Titolo di studio richiesto:**  
Laurea di primo livello.  
**Accesso:** Accesso tramite verifica  
della personale preparazione iniziale

## PIANO DI STUDI

(Tra parentesi i CFU Crediti Formativi Universitari)

### Primo Anno

Modelli statistici per le decisioni aziendali (9)  
A scelta dello studente (9)

#### Curriculum: Imprese e Sostenibilità

Diritto dell'ambiente e dell'energia (6)  
Diritto commerciale (9)  
Governance, sostenibilità e modelli di business (12)  
Lavoro, mercato e welfare (6)  
Welfare e cultura organizzativa (9)

#### Curriculum: Sostenibilità nelle Organizzazioni Pubbliche

Comunicazione pubblica e welfare (9)  
Diritto amministrativo (9)  
Diritto dell'ambiente (6)  
Lavoro e risorse umane nelle Pubbliche Amministrazioni (6)  
Public management e sostenibilità (6)  
Scienze delle finanze e sistemi di welfare (9)

### Secondo Anno

Diritto bancario (6)  
Economia ambientale e sviluppo sostenibile (12)  
Etica d'impresa e sviluppo sostenibile (9)  
Tirocinio - altre attività (9)  
Prova finale (12)

#### Curriculum: Imprese e Sostenibilità

Finanza per la sostenibilità (6)  
Risorse umane e crescita sostenibile (6)

#### Curriculum: Sostenibilità nelle Organizzazioni Pubbliche

Contabilità e analisi dei costi nelle Pubbliche Amministrazioni (9)

## Presentazione

Il Corso di laurea magistrale in Economia e diritto per la sostenibilità delle organizzazioni nasce in risposta alla necessità di preparare giovani manager e amministratori da inserire nelle organizzazioni pubbliche e private, con le conoscenze specialistiche e l'orientamento culturale per operare secondo i principi di sostenibilità economico-gestionale, ambientale e sociale.

Il corso accoglie le peculiarità delle due classi in cui è istituito, LM-77 Scienze economico-aziendali e LM-63 Scienze delle pubbliche amministrazioni, e si configura come itinerario interdisciplinare, che unisce conoscenze e competenze di carattere giuridico, economico, amministrativo, sociologico e statistico, per formare figure dotate di un sapere specialistico interdisciplinare.

Il corso è congiuntamente organizzato dai Dipartimenti di Comunicazione ed economia (sede didattica e gestionale), Economia Marco Biagi e Giurisprudenza.

## Caratteristiche del corso

L'accesso prevede una verifica della personale preparazione iniziale. Tutti i dettagli saranno disponibili su apposito bando, che sarà pubblicato sul sito di dipartimento [www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it). Il corso si propone di formare giovani manager e amministratori per operare in contesti profit e non-profit secondo i principi di sostenibilità economico-gestionale, ambientale e sociale. Si è ritenuto pertanto opportuno configurare un itinerario interdisciplinare (giuridico, economico, amministrativo, sociologico e statistico) che possa contribuire a una declinazione completa dei temi legati all'innovazione, sviluppo e alla crescita sostenibili. Il corso formerà quindi figure dotate di un sapere 'trasversale', che consentirà di applicare, in organiz-

zazioni sia pubbliche sia private, le competenze manageriali acquisite, disponendo di una solida dotazione di conoscenza giuridica, economica e sociale orientata alla sostenibilità. Il percorso formativo si sviluppa nei due anni lungo direzioni fra loro complementari: acquisizione di competenze economiche per la gestione strategica e implementazione di modelli di governance sostenibili delle organizzazioni pubbliche e private; analisi comparata dei principali modelli di gestione delle risorse umane, con particolare attenzione ai processi di cambiamento e innovazione organizzativi per garantire equità distributiva, procedurale e di risultato e benessere nel contesto lavorativo; acquisizione di competenze di base sul quadro normativo del diritto dell'economia, commerciale, del lavoro, amministrativo e l'approfondimento dei fondamenti giuridici del diritto dell'energia, dell'ambiente, per assicurare un'adesione completa ai principi ESG (sostenibilità ambientale, sociale e di governance) nella gestione delle organizzazioni; acquisizione di conoscenze di economia politica ambientale e relative ai modelli per la crescita sostenibile; studio sociologico del rapporto tra sostenibilità ambientale, economica e sociale e dei fondanti di giustizia, partecipazione, responsabilità collettiva e rispetto delle diversità; acquisizione delle metodologie statistiche per produrre e leggere strumenti di reporting utili alle decisioni strategiche delle organizzazioni pubbliche e private. Le attività formative prevedono due curricula: "Imprese e sostenibilità" e "Sostenibilità nelle organizzazioni pubbliche". Il primo integra le conoscenze di base con le competenze economiche e giuridiche indispensabili per operare nelle aziende e organizzazioni private. Il secondo approfondisce invece le conoscenze necessarie a svolgere ruoli manageriali nelle pubbliche amministrazioni.

### Occasioni di studio all'estero

Nell'ambito del programma Erasmus+ per Studio è possibile trascorrere un periodo di studio presso università europee convenzionate. Il periodo può variare da tre a dodici mesi durante i quali si possono sostenere esami presso l'università straniera. Le sedi sono collocate prevalentemente nella Penisola iberica (Spagna e Portogallo), ma il Dipartimento ha partner Erasmus in tutti i principali paesi europei (Francia, Germania, Penisola scandinava, Svizzera e Grecia).

### Mondo del lavoro

Laureati e laureate in Economia e diritto per la sostenibilità delle organizzazioni potranno esercitare funzioni di elevata responsabilità nell'ambito di aziende pubbliche e private, enti pubblici, associazioni di categoria, uffici, studi e centri di ricerca. Il corso consente l'inserimento nel mondo del lavoro come manager nelle aziende dei settori industriali e dei servizi, come liberi professionisti, esperti e consulenti, come responsabili nell'ambito di enti territoriali, pubbliche ammini-

strazioni e aziende pubbliche. Sia nelle imprese che nelle istituzioni, laureati e laureate potranno avere un ruolo di responsabilità nelle direzioni generali e legali, di coordinamento nelle attività di pianificazione e controllo di gestione, auditing e revisione. Ove si scelga di laurearsi nella classe LM-77, il corso permette l'iscrizione al registro dei praticanti dottori commercialisti.

### Vero o Falso?

Se scelgo all'immatricolazione la classe di laurea LM-77 posso iscrivermi come tirocinante dottore commercialista? VERO La LM-77 è una delle lauree che consente l'accesso al tirocinio come dottore commercialista, fermo restando che l'iscrizione all'albo è condizionata al superamento dell'esame di Stato.

Seguendo questo percorso, otterrò il titolo di studio in entrambe le classi di laurea? FALSO Si dovrà optare per una delle due classi di laurea, e si consegnerà il titolo unicamente in questa.

Il corso è orientato ai principi della sostenibilità delle imprese e delle Pubbliche Amministrazioni? VERO Il percorso di studi è stato concepito, per entrambi i curricula, in modo da porre particolare enfasi sulla sostenibilità economico-gestionale, ambientale e sociale.

#### Presidente Corso di Laurea

prof.ssa Maria Grazia Iocca  
tel. 0522 523225  
mariagrazia.iocca@unimore.it

#### Delegato al tutorato

prof.ssa Giovanna Galli  
tel. 0522 523243  
giovanna.galli@unimore.it

[www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it)



LAUREA MAGISTRALE · SOCIETÀ

# Management e comunicazione d'impresa

**Sede:** Reggio Emilia  
viale Antonio Allegri, 9  
**Durata:** 2 anni  
**Crediti Formativi:** 120  
**Classe di Laurea:** LM-77  
Scienze economico-aziendali  
**Titolo di studio richiesto:**  
Laurea di primo livello.  
**Accesso:** Accesso tramite verifica  
della personale preparazione iniziale

## PIANO DI STUDI

(Tra parentesi i CFU Crediti Formativi Universitari)

### Primo Anno

Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato (9)  
Business planning e controllo strategico (6)  
Diritto dell'economia dei mercati (9)  
A scelta dello studente (9)

### Curriculum: Comunicazione e Immagine d'Impresa

Analisi strategica per il posizionamento di marketing (6)  
Organizzazione delle relazioni di lavoro (6)  
Gestione della comunicazione finanziaria (12)  
Psicologia applicata (12)

### Curriculum: General Management

Analisi strategica per il posizionamento competitivo (6)  
Gestione delle risorse umane (6)  
Psicologia della persuasione (6)  
Strumenti e mercati finanziari (12)

### Secondo Anno

Tirocinio - altre attività (6)  
Prova finale (12)

### Curriculum: Comunicazione e Immagine d'Impresa

Comunicazione pubblicitaria e immagine di marca (6)  
Organizzazione e management della cultura e della creatività (6)  
Pianificazione della comunicazione d'impresa (9)  
Storia dei consumi e modelli di marketing (12)

### Curriculum: General Management

Bilancio e modelli di reporting (9)  
Finanza per la crescita (6)  
Strategia e management della sostenibilità (6)  
Scenari economici e competitivi (12)  
Tecniche di raccolta dei dati (6)

## Presentazione

Le imprese devono oggi effettuare scelte strategiche in grado di condividere gli obiettivi dei portatori d'interesse economici e istituzionali e che devono essere opportunamente comunicate all'interno e all'esterno delle organizzazioni. Il Corso di laurea magistrale in Management e comunicazione d'impresa offre l'opportunità di acquisire le conoscenze necessarie a svolgere un ruolo manageriale e di coordinamento strategico nelle imprese e a progettare in modo moderno e innovativo la comunicazione esterna e interna delle organizzazioni pubbliche e private. Nel percorso formativo si approfondiscono gli aspetti organizzativi, di mercato, economico-finanziari, giuridici e istituzionali della comunicazione, con lo scopo di acquisire competenze professionali che favoriscano l'inserimento in differenti e innovativi contesti lavorativi.

## Caratteristiche del corso

L'accesso prevede una verifica della personale preparazione iniziale. Tutti i dettagli saranno disponibili su apposito bando, che sarà pubblicato sul sito di dipartimento [www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it). L'analisi del posizionamento competitivo delle aziende, la redazione di piani strategici, lo studio delle attività di business planning, la gestione della comunicazione finanziaria, l'organizzazione delle relazioni di lavoro, l'approfondimento delle norme che regolano l'azione economica e gli strumenti statistici per l'analisi dei mercati costituiscono la formazione di base del primo anno di studi. Il corso di laurea magistrale prevede due curricula: "General Management" e "Comunicazione e Immagine d'Impresa". Nel primo si approfondiscono conoscenze relative alla gestione delle imprese e al funzionamento dei mercati, degli strumenti e delle

istituzioni finanziarie. Il secondo approfondisce le conoscenze per la progettazione delle campagne di comunicazione, l'organizzazione di eventi, la gestione dell'immagine e dell'identità di marca e la redazione di piani di comunicazione integrata destinati agli attori economici e istituzionali di riferimento; si studiano inoltre gli strumenti della comunicazione economico-finanziaria obbligatoria e volontaria. L'attività didattica è organizzata con lezioni frontali integrate con esercitazioni e simulazione nella gestione di casi d'impresa.

## Occasioni di studio all'estero

Nell'ambito del programma Erasmus, è possibile recarsi all'estero per svolgere periodi di studio e di tirocinio e si può ricevere un contributo per la copertura delle spese fino ad un massimo di 12 mesi per ciascun ciclo di studio. Sono attive 50 convenzioni con università e istituzioni di formazione superiore in tutto il mondo, di queste 47 nei paesi europei e 3 fuori dall'Europa. Le sedi convenzionate europee sono situate principalmente nella penisola iberica (Spagna e Portogallo), il resto in Francia, Germania, Grecia e nei Paesi Scandinavi. Fuori dall'Europa il Dipartimento ha accordi con la Cina, la Colombia e gli Stati Uniti.

## Mondo del lavoro

Il profilo professionale di laureati e laureate in Management e comunicazione d'impresa consente di ricoprire posizioni di elevata responsabilità nell'area del marketing e della comunicazione in imprese e organizzazioni pubbliche, profit e non profit. I laureati e le laureate potranno proporsi come esperti in risorse umane e nell'organizzazione del lavoro, per le conoscenze acquisite nei campi della psicologia delle organizzazioni, della gestione delle



risorse umane e della progettazione e implementazione degli strumenti di marketing interno; esperti nelle attività finanziarie e nella comunicazione interna ed esterna degli istituti di credito e in qualità di investor relator nelle società quotate; esperti nella commercializzazione di beni e servizi, con la capacità di definire e implementare un piano strategico e di marketing; analisti di mercato, per la dotazione delle competenze relative agli strumenti per il monitoraggio dei mercati e degli atteggiamenti e delle opinioni dei portatori d'interesse; esperti nelle pubbliche relazioni, per le conoscenze e le capacità di cui sono dotati nella valutazione, nella progettazione e/o ridefinizione dell'immagine delle organizzazioni.

### **Vero o Falso?**

L'iscrizione al corso prevede la conoscenza della lingua inglese?  
**VERO** In sede di valutazione della propria carriera universitaria pregressa, finalizzata all'ammissione al corso di laurea magistrale, occorre aver acquisito almeno un livello B1 di conoscenza della lingua inglese.

### **Presidente Corso di Laurea**

prof. Paolo Di Toma  
 tel. 0522 523244  
 paolo.ditoma@unimore.it

### **Delegato al tutorato**

prof.ssa Giovanna Galli  
 tel. 0522 523243  
 giovanna.galli@unimore.it

[www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it)

# Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa

**Sede:** Reggio Emilia  
viale Antonio Allegri, 9  
**Durata:** 2 anni  
**Crediti Formativi:** 120  
**Classe di Laurea:** LM-59  
Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

**Titolo di studio richiesto:**  
Laurea di primo livello.

**Accesso:** Accesso tramite verifica della personale preparazione iniziale

## PIANO DI STUDI

(Tra parentesi i CFU Crediti Formativi Universitari)

### Primo Anno

Comunicazione pubblicitaria e immagine di marca (9)  
Lingua inglese C (6)  
Psicologia della persuasione (6)  
Teorie della comunicazione (9)  
Variazione linguistica (6)  
Web Data Science (6)

### Un insegnamento obbligatorio tra:

Organizzazione e processi creativi (6)  
Sociologia dei consumi (6)  
Sociosemiotica e studi culturali (6)

### Secondo Anno

Social media e comunicazione multimediale (9)  
Tecniche di raccolta e analisi dei dati (12)

### Due insegnamenti obbligatori tra:

Laboratorio di strategie e creatività pubblicitarie (6)  
Piani editoriali per la comunicazione digitale (6)  
Semiotica della pubblicità (6)

### Un insegnamento obbligatorio tra:

Comunicazione delle imprese creative (6)  
Laboratorio di contenuti per il web (6)  
Linguaggi intermediali (6)

A scelta dello studente (12)  
Tirocinio - altre attività (6)  
Prova finale (15)

## Presentazione

Il Corso di laurea magistrale in Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa ha come scopo principale la formazione di specialisti nel coordinamento dei processi di innovazione che coinvolgono la comunicazione interna ed esterna d'impresa e di esperti di comunicazione digitale, pubblicitaria e multimediale.

## Caratteristiche del corso

Il percorso formativo prevede l'acquisizione di competenze avanzate di tipo psicologico, linguistico, semiotico, sociologico, di analisi dei dati e comunicazione d'impresa. Tali competenze sono necessarie per l'approfondimento di competenze professionalizzanti relative a modelli strategici della comunicazione di marca e pubblicitaria; l'utilizzo della rete, con l'obiettivo di costruire capacità legate alle potenzialità dei nuovi media; creazione di linguaggi specifici della comunicazione multimediale; modelli manageriali emergenti per la gestione della comunicazione, che prevede il ricorso a linguaggi e contenuti innovativi.

L'attività didattica sarà organizzata con lezioni frontali sempre integrate con esercitazioni e attività seminariali. I risultati di apprendimento saranno verificati con prove scritte e colloqui orali, affiancati dalla valutazione di project work realizzati individualmente o in gruppo e dalla discussione in aula di casi di studio. Studenti e studentesse potranno, sin dal primo anno, individuare un percorso di approfondimento autonomo delle conoscenze attraverso la scelta di insegnamenti proposti in alternativa dal piano degli studi del corso di laurea o attraverso le attività a libera scelta. L'accesso prevede una verifica della personale preparazione iniziale. Tutti i dettagli saranno disponibili su apposito

bando, che sarà pubblicato sul sito di dipartimento [www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it). Coloro che non possiedono tutti i requisiti per l'accesso al corso di laurea dovranno recuperare eventuali debiti formativi prima di poter iscriversi formalmente e di poter sostenere gli esami (ma potranno frequentare le lezioni anche prima di essere formalmente iscritti). Per coloro che non conoscono bene l'italiano sono previsti due tipi di sostegno specifico: a) attività di tutorato da parte di colleghi/e che parlano la loro stessa lingua (se disponibili), o comunque capaci di venire incontro alle loro particolari esigenze di comprensione linguistica; b) materiale didattico in lingua inglese (da concordare con i singoli docenti) in sostituzione dei testi in italiano.

## Occasioni di studio all'estero

Nell'ambito del programma Erasmus, è possibile recarsi all'estero per svolgere periodi di studio e di tirocinio e si può ricevere un contributo per la copertura delle spese fino ad un massimo di 12 mesi per ciascun ciclo di studio. Sono attive 50 convenzioni con università e istituzioni di formazione superiore in tutto il mondo, di queste 47 nei paesi europei e 3 fuori dall'Europa. Le sedi convenzionate europee sono situate principalmente nella penisola iberica (Spagna e Portogallo), il resto in Francia, Germania, Grecia e nei Paesi Scandinavi. Fuori dall'Europa il Dipartimento ha accordi con la Cina, la Colombia e gli Stati Uniti.

## Proseguire gli studi

Le conoscenze e le competenze acquisite nel percorso di studi danno la possibilità a laureati e laureate magistrali in Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa di accedere a un terzo livello di formazione universitaria, proseguendo con il dottorato di ricerca o con corsi di perfezionamento.

## Mondo del lavoro

Il Corso di laurea magistrale in Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa forma esperti con funzioni tecniche e manageriali nell'ambito della gestione della comunicazione aziendale interna ed esterna in ottica multimediale. Laureati e laureate magistrali in Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa sono dotati delle conoscenze e delle abilità necessarie per operare in imprese pubbliche e private di piccole e medie dimensioni, uffici stampa, agenzie pubblicitarie, aziende dell'industria culturale, agenzie che curano la comunicazione e l'immagine di aziende ma, più in generale, per occuparsi della comunicazione, sia interna sia esterna, progettata e coordinata da organizzazioni profit e non profit nei settori manifatturiero e del terziario avanzato.

## Vero o Falso?

I non frequentanti sono svantaggiati rispetto ai frequentanti? **FALSO** Non è previsto l'obbligo di frequenza. Frequentare le lezioni è un'opportunità per entrare a contatto in modo guidato e ordinato con i contenuti e le specificità dei corsi. Coloro che non frequentano i corsi sostengono gli esami nelle stesse condizioni dei colleghi che li frequentano: tutti hanno a disposizione lo stesso materiale didattico (libri, dispense, slides).

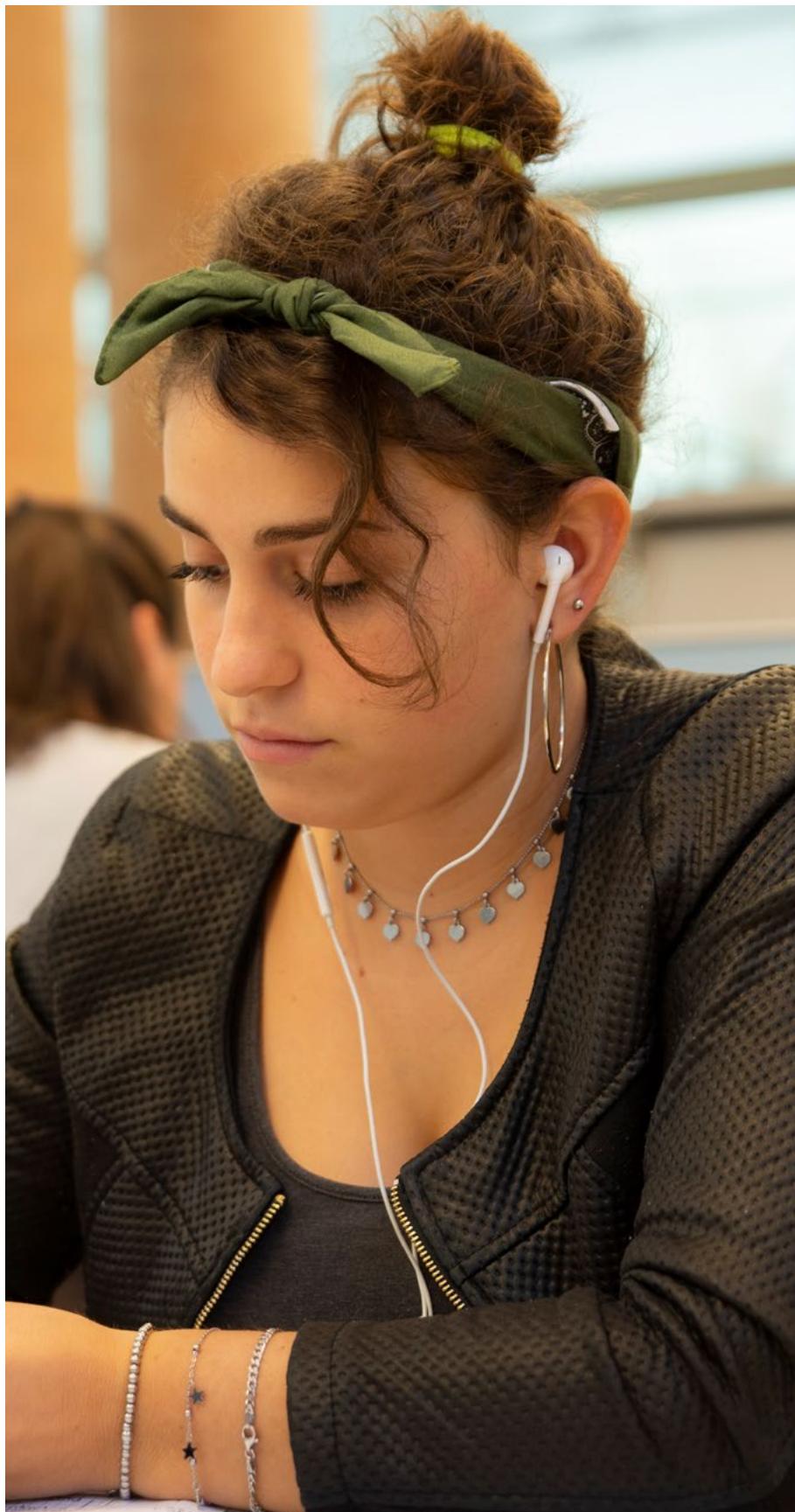
### Presidente Corso di Laurea

prof.ssa Cinzia Bianchi  
tel. 0522 523120  
cinzia.bianchi@unimore.it

### Delegato al tutorato

prof.ssa Cristina Guardiano  
tel. 0522 523230  
cristina.guardiano@unimore.it

[www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it)



# Informazioni e contatti

Per questioni relative all'organizzazione didattica (lezioni, esami, programma di studio, ricevimento docenti, ecc.) è possibile contattare l'ufficio di Coordinamento didattico ai recapiti indicati su questa pagina. Per problemi di tipo amministrativo (immatricolazione, modulistica, tasse da pagare, trasferimenti, ecc.) è necessario, invece, contattare la Segreteria studenti ai recapiti indicati a lato. Si ricorda che sul sito [www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it) è possibile reperire ogni informazione di carattere didattico e amministrativo che riguarda il Dipartimento.

## Sede

Palazzo Dossetti  
viale Antonio Allegri, 9  
42121 Reggio Emilia

## Direttore di Dipartimento

prof.ssa Giovanna Galli  
uff. 2.29, II piano  
tel. 0522 523243  
[direttore.dce@unimore.it](mailto:direttore.dce@unimore.it)

## Coordinamento didattico

uff. 1.29, I piano  
tel. 0522 523212  
[didattica.dce@unimore.it](mailto:didattica.dce@unimore.it)

ricevimento telefonico:  
martedì e giovedì 10.00-12.00

ricevimento online:  
su appuntamento da concordare via e-mail

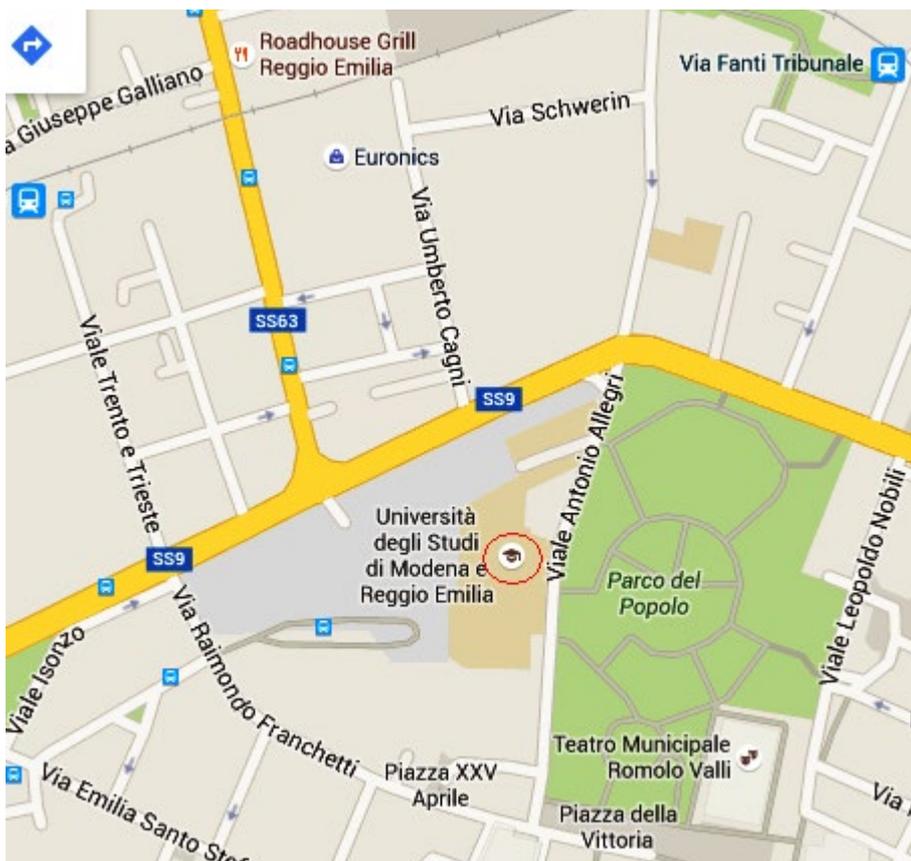
## Segreteria studenti

viale Antonio Allegri, 15  
42121 Reggio Emilia  
tel. 0522 522204  
[segrstud.comunicazione.economia@unimore.it](mailto:segrstud.comunicazione.economia@unimore.it)

ricevimento telefonico:  
lunedì e mercoledì 10.00-11.30

ricevimento sportello in presenza:  
lunedì e mercoledì 13.30-15.30  
martedì 10.00-13.00

ricevimento sportello online (su prenotazione online):  
giovedì 10.00-13.00



Questa Università ha da tempo avviato un importante lavoro di sensibilizzazione ai fini del contrasto agli stereotipi di genere. In quest'ottica si è deciso di dare maggiore visibilità linguistica alle differenze. Laddove nel presente documento, unicamente a scopo di semplificazione, è usato il maschile, la forma è da intendersi riferita in maniera inclusiva a tutte le persone che operano nell'ambito della comunità stessa.

dce.unimore.it

5 x 1.000

unimore.it

**CF 00427620364**