

Università degli Studi di Milano Bicocca

Laurea in SCIENZE PSICOSOCIALI DELLA COMUNICAZIONE

D.M. 22/10/2004, n. 270

Regolamento didattico

ART. 4 Profili professionali e sbocchi occupazionali

Il Corso di laurea in Scienze psicosociali della comunicazione fornisce le basi teoriche in diverse aree tematiche (linguistiche, informatiche, psicologiche), e questo permette agli studenti interessati a proseguire la formazione di accedere a Master e lauree magistrali, in ambiti che riguardano la comunicazione (ad esempio, classe delle lauree magistrali LM-92, come il corso di laurea in Teoria e Tecnologia della comunicazione del nostro ateneo), sia anche in altre classi di laurea (fermo restando i requisiti di accesso che diverse lauree magistrali possono richiedere).

Gli ambiti occupazionali di riferimento per i laureati in Scienze psicosociali della comunicazione sono i seguenti:

1. Operatori della comunicazione d'impresa. Tali operatori devono essere in grado di selezionare la migliore modalità per promuovere le relazioni pubbliche e l'immagine di una impresa o organizzazione, anche a livello pubblicitario. Al fine di promuovere nel miglior modo le relazioni pubbliche e l'immagine di una impresa o di un'organizzazione, gli operatori della comunicazione d'impresa devono acquisire competenze nell'ideazione e organizzazione di eventi, nella gestione di un ufficio stampa, nella redazione di testi pubblicitari da diffondere a mezzo stampa, radiotelevisione, e altri mezzi di comunicazione multimediale, nonché nell'ideazione di altre forme di comunicazione multimediale. Tali operatori svolgono la loro attività prevalentemente presso organizzazioni pubbliche e private che necessitano di comunicare in maniera positiva la loro immagine all'esterno, e in agenzie specializzate nella comunicazione (ad esempio, agenzie di pubblicità, uffici stampa).
2. Operatori nel settore dell'inserimento e formazione nel mondo del lavoro. Tali operatori sono impiegati nel settore dell'inserimento e nella formazione nel mondo del lavoro, con particolare riferimento ai processi comunicativi nelle organizzazioni pubbliche e nelle strutture aziendali. Tali operatori sono in grado di gestire in maniera efficace l'ingresso e la formazione di nuovo personale nelle organizzazioni pubbliche o private. In particolare hanno competenze nella comunicazione e pubblicizzazione della ricerca di una nuova figura da inserire in azienda e nei processi di comunicazione e formazione aziendale che accompagnano l'inserimento. Inoltre tali operatori hanno specifiche competenze per la diffusione e la pubblicizzazione di percorsi formativi, nonché per la loro gestione. Tali operatori svolgono la loro attività presso organizzazioni pubbliche e private che prevedono

figure che si occupano del reclutamento, dell' ingresso e della formazione del personale, oppure presso organizzazioni che si occupano di mettere in contatto persone in cerca di lavoro con organizzazioni che necessitano di nuovo personale, oppure ancora in enti di formazione.

3. Operatori specializzati nell'acquisizione delle informazioni. Tali operatori devono essere in grado di ricercare e acquisire informazioni per specifiche esigenze di imprese e organizzazioni, anche tramite la costruzione e l'utilizzo di strumenti di rilevazione efficaci (surveys, interviste), e infine di analizzarle e organizzarle per presentarle in maniera significativa per il committente. Operatori in grado di ricercare, individuare, e acquisire informazioni, nonché costruire strumenti di rilevazione efficaci sia di natura qualitativa sia di natura quantitativa (test, interviste, questionari). Operatori in grado di analizzare i dati raccolti, anche facendo ricorso a tecniche di natura statistica. Operatori in grado di selezionare, tra le informazioni raccolte e disponibili, quelle rilevanti per le organizzazioni pubblicate e private (ad es., per l'analisi dei processi di comunicazione interni ed esterni). Tali operatori svolgono la loro attività prevalentemente presso organizzazioni pubbliche e private che si occupano, ad esempio, di indagini di mercato o di indagini sociali.

Il corso prepara alla professione di

Tecnici dell'acquisizione delle informazioni (3.3.1.3.1)

Intervistatori e rilevatori professionali (3.3.1.3.2)

Tecnici del marketing (3.3.3.5.0)

Tecnici della pubblicità (3.3.3.6.1)

Tecnici delle relazioni pubbliche (3.3.3.6.2)

Tecnici dei servizi per l'impiego - (3.4.5.3.0)