

CORSO DI LAUREA IN
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
Curriculum Comunicazione per l'azienda e il commercio

Formazione Professionale per
Amministratori di Condominio, Real Estate, Property e Building Management
Seminari – Workshop – Laboratori

1° Edizione
Anno Accademico 2021/2022

PRIMO ANNO	CFU
Semiotica	12
Logica e teoria dell'argomentazione	12
Storia e società dell'età contemporanea	12
Comunicazione d'impresa	12
Media e culture visuali	12
Totale crediti del I anno	60

SECONDO ANNO	CFU
Sociologia	12
Psicologia della comunicazione	6
Idee e linguaggi della politica	12
Informatica e comunicazione	12
Sociologia delle organizzazioni	12
<i>Un insegnamento a scelta tra:</i>	
Marketing	6
Tecniche di vendita	6
Totale crediti del II anno	60

TERZO ANNO	CFU
Diritto comparato dell'informazione e della comunicazione	6
Strategia aziendale	12
Diritto comparato dell'economia	6
Analisi statistica dei dati aziendali	6
Insegnamenti a scelta dello studente	12
Conoscenza della lingua straniera	4
Tirocinio formativo	6
Altre attività formative	2
Prova finale	6
Totale crediti del terzo anno	60

Titolo	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE Curriculum Comunicazione per l'azienda e il commercio
Seminari – Workshop – Laboratori	Settore Immobiliare – Amministrazione Condominiale
Edizione	1° Edizione
Area	COMUNICAZIONE – GIURIDICA – ECONOMICA
Categoria	Corso di Laurea
Anno Accademico	2021 / 2022
Durata	Durata Triennale Modalità online su piattaforma dell'Università degli Studi di Teramo
Presentazione	<p><u>Ambito di riferimento:</u> Amministrazione condominiale. In Italia si stimano 40.000 amministratori professionisti, i quali esercitano tale attività in maniera prevalente anche se non esclusiva (circa il 50%).</p> <p><u>Il settore in Italia:</u> oltre 1 milione di stabili in condominio. L'Italia è il secondo Paese al mondo, secondo solo alla Cina, per il numero di unità immobiliari in condominio. L'Italia è il primo Paese per percentuale della popolazione residente in condominio, con una percentuale superiore al 75%.</p> <p><u>Contesto Normativo:</u> fino al 2006 l'incarico di amministratore era fiduciario e poteva essere conferito solo a persone fisiche o a società di persone fisiche. Dal 2006 (in virtù di una sentenza della Suprema Corte di Cassazione) il mandato di amministrazione può essere conferito in capo alle società di capitali, nella persona dei legali rappresentanti dell'azienda.</p> <p><u>Caratteristiche dei professionisti:</u> il 95% dei soggetti operanti nel settore interpreta questa attività come professionale e si occupa contestualmente della relazione con il cliente e degli adempimenti burocratici ed Amministrativi della gestione condominiale. Ne consegue una mole di lavoro molto consistente (l'amministratore medio gestisce circa 40 edifici per una media di 700 unità immobiliari) che viene svolta spesso senza un'adeguata organizzazione e un modello gestionale specifico.</p> <p><u>Clienti:</u> Il patrimonio gestito è costituito prevalentemente da edifici a destinazione residenziale e solo in minima parte da edifici a destinazione commerciale. Altresì, si rileva come gli edifici a destinazione industriale costituiscono meno del 1%. Si evidenzia come le indagini di mercato rilevano ampia insoddisfazione circa l'operato dell'amministratore. Tra i</p>

	<p>principali motivi di lamentela vi sono, tra gli altri: (1) scarsa presenza fisica; (2) scarsa reperibilità; (3) ritardi nell'esecuzione degli interventi richiesti; (4) costi di manutenzione elevati.</p>
Finalità	<p>Il Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione – curriculum Comunicazione per l'azienda e il commercio ha l'obiettivo di accrescere le competenze degli studenti in ambito di comunicazione e gestione aziendale, mediante un percorso di formazione completo, articolato in seminari, workshop, laboratori specificatamente pensati per integrare le dinamiche organizzativo-gestionali del settore immobiliare e, più nello specifico, la figura professionale del gestore/amministratore immobiliare, con l'intento di formare una figura capace di comprendere, analizzare e soddisfare le esigenze del mercato. L'intento è anche quello di sviluppare un network di professionisti formati con capacità complementari e trasversali.</p>
Riconoscimenti	<p>Il conseguimento della Laurea in Scienze della Comunicazione Curriculum Comunicazione per l'azienda e il commercio consente di poter partecipare attivamente a Seminari – Workshop – Laboratori inerenti le tematiche dell'amministrazione condominiale, con il riconoscimento di crediti formativi.</p>
Competenze e abilità	<p>Al termine del percorso formativo lo studente avrà acquisito una conoscenza elevata con riferimento agli approcci e ai modelli di comunicazione e gestione in ambito aziendale, con particolare riguardo al settore professionale della gestione/amministrazione immobiliare. Lo studente avrà, altresì, acquisito un'elevata abilità nel dialogare con differenti stakeholder del settore, adattando il suo approccio comunicativo e relazionale. Il costante dialogo fra discipline eterogenee ma complementari e lo stretto rapporto tra modelli teorici e pragmatici, coadiuvati anche da seminari, workshop e laboratori, contribuisce a sviluppare nello studente il complesso di competenze funzionali per poter svolgere la professione di Amministratore condominiale. Ulteriormente, lo studente avrà acquisito conoscenze e competenze fondamentali nell'utilizzo degli strumenti e delle metodiche di marketing e comunicazione, nonché di organizzazione e gestione aziendale, nello sviluppo di strategie di crescita nei mercati esteri e nell'impiego di tecniche di negoziazione, anche mediante l'utilizzo dei più moderni strumenti di gestione immobiliare, nonché acquisito conoscenze in ambito di diritto privato, commerciale e tributario.</p>
Destinatari	<p>La partecipazione è rivolta sia a soggetti che per la prima volta si avvicinano alle tematiche organizzativo-gestionali e comunicativo-relazionali dell'amministrazione immobiliare, nonché a professionisti e operatori che già attualmente svolgono tale attività, vale a dire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestori Immobiliari patrimoniali e immobiliari; • Consulenti di investimento immobiliare; • Gestori di appalti (<i>contractor</i> di impresa e consulenti). <p>Tra i destinatari sono da annoverare anche altre figure professionali, quali – tra gli altri - Architetti, Ingegneri, Geometri e Commercialisti, che desiderano acquisire conoscenze e competenze specialistiche trasversali per</p>

	analizzare e affrontare adeguatamente la complessità del settore immobiliare.
Strumenti Didattici	<p>Lo studente al CdS in Scienze della Comunicazione – Curriculum Comunicazione per l'azienda e il commercio riceverà le credenziali personali di accesso alla piattaforma e-learning dell'Università degli Studi di Teramo, dove potrà reperire tutti gli strumenti didattici:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pianificazione didattica; • Materiale didattico di supporto alla formazione; • Bibliografia scientifica di approfondimento; • Programmi d'esame; • Test di valutazione. <p>Gli esami dei singoli corsi si terranno presso le sedi dell'Università degli Studi di Teramo</p>
Sbocchi Occupazionali	<p>Il laureato in Scienze della Comunicazione – Curriculum Comunicazione per l'azienda e il commercio sarà in grado di inserirsi efficacemente nel settore della gestione immobiliare, offrendo supporto amministrativo e gestionale al proprio target di clientela durante l'intero ciclo di vita dell'immobile, sia per ciò che riguarda gli investimenti, che nelle attività di gestione in ambito immobiliare.</p> <p>La figura professionale curerà la programmazione delle attività finalizzate allo sviluppo strategico del patrimonio immobiliare ad esso affidato, valutando e gestendo i processi amministrativo-gestionali, la redditività, i costi manutentivi e gli adempimenti necessari al fine di una efficiente gestione dell'immobile, coordinando specifici team professionali specializzati, con competenze comunicative, organizzative e di leadership specifiche.</p> <p>Ulteriormente, il percorso fornito contribuisce a fornire le competenze necessarie al fine di gestire adeguatamente le fasi di contenzioso, mediante modelli gestionali e approcci specifici.</p> <p>Non da ultimo, la figura professionale sarà in grado di affrontare efficacemente l'analisi della <i>due diligence</i>, nonché utilizzare i modelli e gli approcci del <i>projet management</i> per la propria attività professionale, in sinergia con le figure professionali e con il network di agenti operanti nel settore.</p>

<p>Contenuti</p>	<table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;"><u>PRIMO ANNO</u></th> <th style="text-align: right;"><u>CFU</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Semiotica</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Logica e teoria dell'argomentazione</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Storia e società dell'età contemporanea</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Comunicazione d'impresa</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Media e culture visuali</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Totale crediti del I anno</td><td style="text-align: right;">60</td></tr> <tr><td colspan="2"> </td></tr> <tr> <th style="text-align: left;"><u>SECONDO ANNO</u></th> <th style="text-align: right;"><u>CFU</u></th> </tr> <tr><td>Sociologia</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Psicologia della comunicazione</td><td style="text-align: right;">6</td></tr> <tr><td>Idee e linguaggi della politica</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Informatica e comunicazione</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Sociologia delle organizzazioni</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td><i>Un insegnamento a scelta tra:</i></td><td></td></tr> <tr><td style="padding-left: 20px;">Marketing</td><td style="text-align: right;">6</td></tr> <tr><td style="padding-left: 20px;">Tecniche di vendita</td><td style="text-align: right;">6</td></tr> <tr><td>Totale crediti del II anno</td><td style="text-align: right;">60</td></tr> <tr><td colspan="2"> </td></tr> <tr> <th style="text-align: left;"><u>TERZO ANNO</u></th> <th style="text-align: right;"><u>CFU</u></th> </tr> <tr><td>Diritto comparato dell'informazione e della comunicazione</td><td style="text-align: right;">6 12</td></tr> <tr><td>Strategia aziendale</td><td style="text-align: right;">6</td></tr> <tr><td>Diritto comparato dell'economia</td><td style="text-align: right;">6</td></tr> <tr><td>Analisi statistica dei dati aziendali</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Insegnamenti a scelta dello studente</td><td style="text-align: right;">12</td></tr> <tr><td>Conoscenza della lingua straniera</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Tirocinio formativo</td><td style="text-align: right;">6</td></tr> <tr><td>Altre attività formative</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Prova finale</td><td style="text-align: right;">6</td></tr> <tr><td>Totale crediti del terzo anno</td><td style="text-align: right;">60</td></tr> </tbody> </table>	<u>PRIMO ANNO</u>	<u>CFU</u>	Semiotica	12	Logica e teoria dell'argomentazione	12	Storia e società dell'età contemporanea	12	Comunicazione d'impresa	12	Media e culture visuali	12	Totale crediti del I anno	60			<u>SECONDO ANNO</u>	<u>CFU</u>	Sociologia	12	Psicologia della comunicazione	6	Idee e linguaggi della politica	12	Informatica e comunicazione	12	Sociologia delle organizzazioni	12	<i>Un insegnamento a scelta tra:</i>		Marketing	6	Tecniche di vendita	6	Totale crediti del II anno	60			<u>TERZO ANNO</u>	<u>CFU</u>	Diritto comparato dell'informazione e della comunicazione	6 12	Strategia aziendale	6	Diritto comparato dell'economia	6	Analisi statistica dei dati aziendali	12	Insegnamenti a scelta dello studente	12	Conoscenza della lingua straniera	4	Tirocinio formativo	6	Altre attività formative	2	Prova finale	6	Totale crediti del terzo anno	60
<u>PRIMO ANNO</u>	<u>CFU</u>																																																												
Semiotica	12																																																												
Logica e teoria dell'argomentazione	12																																																												
Storia e società dell'età contemporanea	12																																																												
Comunicazione d'impresa	12																																																												
Media e culture visuali	12																																																												
Totale crediti del I anno	60																																																												
<u>SECONDO ANNO</u>	<u>CFU</u>																																																												
Sociologia	12																																																												
Psicologia della comunicazione	6																																																												
Idee e linguaggi della politica	12																																																												
Informatica e comunicazione	12																																																												
Sociologia delle organizzazioni	12																																																												
<i>Un insegnamento a scelta tra:</i>																																																													
Marketing	6																																																												
Tecniche di vendita	6																																																												
Totale crediti del II anno	60																																																												
<u>TERZO ANNO</u>	<u>CFU</u>																																																												
Diritto comparato dell'informazione e della comunicazione	6 12																																																												
Strategia aziendale	6																																																												
Diritto comparato dell'economia	6																																																												
Analisi statistica dei dati aziendali	12																																																												
Insegnamenti a scelta dello studente	12																																																												
Conoscenza della lingua straniera	4																																																												
Tirocinio formativo	6																																																												
Altre attività formative	2																																																												
Prova finale	6																																																												
Totale crediti del terzo anno	60																																																												
<p>Attività</p>	<p>Il percorso formativo è caratterizzato da un modello di didattica interattiva online, mediante il supporto di ulteriori strumenti formativi che guideranno lo studente durante l'intero percorso. Alle attività principali del corso di Laurea, si aggiunge la realizzazione di un project work, funzionale, per durata e modalità di svolgimento, alla realizzazione dell'elaborato di tesi finale.</p>																																																												
<p>Titoli Ammissione</p>	<p>Sono richiesti i seguenti titoli di ammissione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diploma di Istruzione secondaria 																																																												
<p>Termine Iscrizione</p>	<p>5 Novembre 2021 per immatricolarsi all'Università degli Studi di Teramo.</p>																																																												
<p>Condizioni</p>	<p>L'Attivazione della Coorte è subordinata al raggiungimento di nr. 30 partecipanti. L'iscrizione comporta l'accettazione delle condizioni d'utilizzo riportate sul sito di Ateneo.</p>																																																												



--	--

Quota di Iscrizione	Secondo le modalità previste dall'Ateneo
Titolo Rilasciato	Laurea in Scienze della Comunicazione