

Psicologia per le organizzazioni: risorse umane, marketing e comunicazione

Sede di Milano

Profilo

La laurea magistrale si propone di formare professionisti psicologi in grado di operare per le/nelle organizzazioni (di beni e servizi, profit e non profit), per promuovere la crescita e il benessere organizzativo e favorire il raggiungimento degli obiettivi delle organizzazioni e delle persone che vi operano.

Più in particolare, il corso di laurea promuove lo sviluppo di competenze professionali lungo tre direzioni principali:

- ▶ l'area della gestione organizzativa e delle risorse umane;
- ▶ l'area del marketing e dei consumi;
- ▶ l'area della comunicazione rivolta all'interno e all'esterno di una organizzazione.

Ambiti professionali

Il corso di laurea promuove l'accesso alle seguenti aree professionali:

- ▶ società di consulenza;
- ▶ uffici e direzioni per la gestione di risorse umane;
- ▶ agenzie di formazione;
- ▶ organizzazioni del terzo settore;
- ▶ istituti di ricerca di mercato, sui consumi, sulla comunicazione, sulla pubblica opinione;

- ▶ uffici e funzioni aziendali per il marketing e la comunicazione;
- ▶ web agencies e media agencies;
- ▶ agenzie e servizi per la comunicazione.

Competenze

Il corso di laurea si propone di promuovere competenze psicologiche relative:

- ▶ alle azioni di analisi della domanda, progettazione, realizzazione, valutazione e restituzione dei risultati;
- ▶ alle metodologie della ricerca applicata e della ricerca-intervento;
- ▶ all'accompagnamento dei processi entro cui si articola la vita organizzativa.

Più in particolare, il corso di laurea prepara professionisti psicologi in grado di operare principalmente entro i seguenti profili/ambiti di competenze:

Area risorse umane:

- ▶ Gestione e sviluppo risorse umane
- ▶ Formazione e consulenza organizzativa
- ▶ Processi di selezione e assessment

Area marketing:

- ▶ Servizi informativi per il marketing (di aziende pubbliche e private, profit e non profit)
- ▶ Progettazione e realizzazione di ricerche sociali e di mercato

- ▶ Strategic planning in divisioni marketing e agenzie di comunicazione

Area comunicazione organizzativa:

- ▶ Digital Marketing Strategy
- ▶ Progettazione e gestione di Social Media e Community virtuali
- ▶ Responsabile dei processi di comunicazione intra ed extra organizzazione.

Didattica

L'azione formativa prevede:

1. la combinazione di un core comune (fondativo della visione psicologico-organizzativa del corso di studi) con lo sviluppo di tre percorsi di approfondimento elettivamente dedicati agli ambiti delle risorse umane, del marketing, della comunicazione organizzativa;
2. l'intreccio di conoscenze-competenze psicologiche con quelle di altre discipline (economia, sociologia) utili alla lettura del fenomeno organizzativo;
3. una centratura di tipo esperienziale del momento formativo in grado di integrare conoscenze scientifiche avanzate (corsi

disciplinari) e tecnicità specifiche (Metodi e Tecniche) in connessione con i contesti professionali di riferimento (Esperienze Professionalizzanti).

Corollari di questa impostazione sono:

- ▶ uno spiccato orientamento verso la didattica attiva e interattiva;
- ▶ un forte impegno nella didattica tutoriale;
- ▶ il frequente ricorso al (piccolo) gruppo di lavoro, in cui lo studente ha la possibilità di sperimentare e condividere un processo di costruzione delle conoscenze-competenze, di acquisire un atteggiamento critico e riflessivo in merito alle competenze professionali, di imparare a lavorare in équipe, abituandosi al confronto, all'assunzione di responsabilità e alla gestione di situazioni complesse.

Piani di studio

I piani di studio qui pubblicati potranno subire modifiche; quelli di riferimento ufficiale saranno presentati nella Guida specifica di Facoltà.

PRIMO ANNO	CFU
Fondamenti filosofici della psicologia per le organizzazioni	4
Metodi e tecniche della ricerca psicosociale applicata (qualitativa e quantitativa)	8
Metodi e tecniche di ricerca e intervento per le organizzazioni: metodologia di processo	8
Psicologia clinica dei gruppi e delle organizzazioni	8
Psicologia del marketing e dei consumi	8
Inglese specialistico	3
<i>Due insegnamenti a scelta tra:</i> Economia e tecniche di comunicazione aziendale, Marketing (Gestione delle relazioni di mercato), Organizzazione aziendale, Sociologia dei processi organizzativi e culturali	8+8
E.P. (Esperienze professionalizzanti)	7

SECONDO ANNO	CFU
Metodi e tecniche per la gestione delle risorse umane	8
Psicologia della comunicazione per le organizzazioni e il marketing	8
<i>Due insegnamenti a scelta tra:</i> Neuromarketing e psicologia della pubblicità, Psicologia applicata al marketing sociale, Psicologia dei media digitali: ergonomia e user experience nell'interazione digitale, Psicologia della formazione e dell'apprendimento organizzativo, Psicologia dell'assessment e dello sviluppo nelle organizzazioni	8+8
<i>Un insegnamento a scelta</i> ¹	8
Seminario di Etica deontologica per la professione psicologo	1
Prova finale	17

Totale Cfu della laurea magistrale	120
---	------------

Nota:

¹ Le attività formative a scelta possono essere inserite sia al I che al II anno di corso.