

Università	Università Cattolica del Sacro Cuore
Classe	LM-51 - Psicologia
Nome del corso	Psicologia per le organizzazioni: risorse umane, marketing e comunicazione <i>modifica di: Psicologia delle organizzazioni e del marketing (1342603)</i>
Nome inglese	Psychology for organizations: human resources, marketing, communication
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	Modifica
Data di approvazione della struttura didattica	22/10/2014
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	19/01/2015
Data della relazione tecnica del nucleo di valutazione	16/01/2009
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	03/11/2008 -
Modalità di svolgimento	convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://milano.unicatt.it/corsi-di-laurea/psicologia-delle-organizzazioni-e-del-marketing-2014
Facoltà di riferimento ai fini amministrativi	PSICOLOGIA
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Corsi della medesima classe	<ul style="list-style-type: none"> • Psicologia clinica e promozione della salute: persona, relazioni familiari e di comunità <i>corso in attesa di D.M. di approvazione</i> • Psicologia clinica e promozione della salute: persona, relazioni familiari e di comunità <i>corso da adeguare</i> • Psicologia clinica: salute, relazioni familiari e interventi di comunità <i>approvato con D.M. del08/05/2009</i> • Psicologia degli interventi clinici nei contesti sociali <i>corso in attesa di D.M. di approvazione</i> • Psicologia degli interventi clinici nei contesti sociali <i>approvato con D.M. del30/04/2010</i> • Psicologia dello sviluppo e dei processi di tutela <i>corso in attesa di D.M. di approvazione</i> • Psicologia dello sviluppo e della comunicazione <i>approvato con D.M. del08/05/2009</i> • Psicologia per il benessere: empowerment, riabilitazione e tecnologia positiva <i>corso non approvato</i> • Psicologia per il benessere: empowerment, riabilitazione e tecnologia positiva <i>corso in attesa di D.M. di approvazione</i>

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-51 Psicologia

Per l'accesso alla laurea magistrale è richiesta solida preparazione di base in tutti gli ambiti della psicologia: i processi psicofisiologici alla base del comportamento; la psicologia generale, la psicologia sociale, la psicologia dello sviluppo; le dinamiche delle relazioni umane, le metodologie di indagine psicologica, i metodi statistici, psicometrici e le procedure informatiche per l'elaborazione dei dati.

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono acquisire:

- un'avanzata preparazione in più ambiti teorici, progettuali e operativi della psicologia;

- la capacità di stabilire le caratteristiche rilevanti di persone, gruppi, organizzazioni e situazioni e di valutarle con gli appropriati metodi psicologici (test, intervista, osservazione...);

- la capacità di progettare interventi relazionali e di gestire interazioni congruenti con le esigenze di persone, gruppi, organizzazioni e comunità.

- la capacità di valutare la qualità, l'efficacia e l'appropriatezza degli interventi;

- la capacità di assumere la responsabilità degli interventi, di esercitare una piena autonomia professionale e di lavorare in modo collaborativo in gruppi multidisciplinari;

- la padronanza dei principali strumenti informatici e della comunicazione telematica negli ambiti specifici di competenza;

- una conoscenza avanzata, in forma scritta e orale, di almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe potranno esercitare funzioni di elevata responsabilità nelle organizzazioni e nei servizi diretti alla persona, ai gruppi, alle comunità (scuola, sanità, pubblica amministrazione, aziende).

Tutti i curricula formativi prevedono attività volte:

- all'acquisizione di conoscenze teoriche e metodologiche caratterizzanti tutti gli ambiti della psicologia;

- allo sviluppo di competenze operative e applicative generali e specialistiche;

- allo sviluppo di conoscenze sulle problematiche connesse all'attività professionale in ambito psicologico e alla sua deontologia.

Ai fini indicati i curricula dei corsi di laurea magistrali prevedono:

- attività formative per seminari, laboratorio, esperienze applicative in situazioni reali o simulate, per un congruo numero di crediti;

- lo svolgimento di attività che abbiano valenza di tirocinio di orientamento, per un congruo numero di crediti;

- attività esterne e soggiorni di studio presso altre università italiane ed europee, anche nel quadro di accordi internazionali.

Gli obiettivi formativi di ciascuna laurea magistrale fanno riferimento a uno o più ambiti di intervento professionale:

psicologia generale e sperimentale; psicologia dinamica; psicologia cognitiva applicata; ergonomia cognitiva; neuropsicologia e neuroscienze cognitive, psicobiologia, psicofisiologia; psicologia dello sviluppo; psicologia dell'istruzione e della formazione; psicologia scolastica; psicologia sociale; psicologia del lavoro e delle organizzazioni; psicologia economica; psicologia dei processi di acculturazione; psicologia della comunicazione; psicologia clinica; psicologia della salute; psicologia di comunità.

Criteri seguiti nella trasformazione del corso da ordinamento 509 a 270 (DM 31 ottobre 2007, n.544, allegato C)

Poiché il corso di studi nell'ordinamento precedente era stato già articolato individuando un numero limitato di discipline, non sono stati necessari significativi mutamenti;

tuttavia la trasformazione è stata ispirata a tre criteri fondamentali:

- la razionalizzazione dell'offerta formativa;
- l'aumento dell'offerta sia nell'ambito delle attività formative caratterizzanti sia nell'ambito delle attività formative affini e integrative;
- la maggiore integrazione possibile sia all'interno degli insegnamenti sia tra i diversi insegnamenti in vista dei comuni obiettivi.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Nell'esame della proposta di istituzione della laurea magistrale classe LM-51 in Psicologia delle organizzazioni e del marketing, il Nucleo ha valutato: la adeguatezza e compatibilità della proposta istitutiva con le risorse di docenza e di strutture destinabili dall'Ateneo al riguardo; la possibilità che la proposta istitutiva possa contribuire agli obiettivi di razionalizzazione e qualificazione dell'offerta formativa dell'Ateneo e la corretta progettazione della proposta.

A tali riguardi il Nucleo di Valutazione di Ateneo non ha alcuna osservazione critica da presentare, ritenendo la proposta coerente con quanto disposto dal DM 270/04 e dai connessi DD.MM. sulle classi di laurea e di laurea magistrale, le Linee Guida e i documenti pubblicati dal Comitato Universitario Nazionale circa i criteri di compilazione degli ordinamenti.

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

Il prof. Cesare Kaneklin, delegato del Preside della Facoltà di Psicologia, illustra le priorità che hanno guidato la Facoltà di Psicologia nella progettazione dell'offerta formativa. La Dott.ssa Laura Mengoni, Responsabile Area Formazione Scuola Università e Ricerca - ASSOLOMBARDA, conferma la bontà dell'approccio della Facoltà di Psicologia sottolineando come le aziende, nelle selezioni, valutino fattori come le caratteristiche personali, il potenziale, le capacità metodologiche e critiche, la proattività e tutte le abilità e conoscenze "trasversali". Insiste poi sull'importanza che i ragazzi vengano stimolati a crearsi consapevolmente un progetto professionale. La Dott.ssa Carmela Martello, Segretaria del Consiglio Ordine degli Psicologi della Lombardia, sottolinea che l'Ordine degli Psicologi collabora da tempo con la Facoltà e ne condivide l'impostazione metodologica; in particolare rileva che il mercato ricerca giovani psicologi con capacità di gestire progetti finanziati.

Il Dott. Roberto Calugi, Dirigente Camera di Commercio di Milano, sottolinea l'importanza di insegnare ai giovani come sta cambiando il mondo, anche attraverso esperienze di studio o di stage all'estero.

Il Comitato di consultazione per le discipline umanistiche esprime apprezzamento per gli obiettivi e i contenuti dei corsi di studio progettati dalla Facoltà.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

La laurea magistrale in Psicologia per le organizzazioni: risorse umane, marketing e comunicazione ha l'obiettivo generale di fornire una conoscenza avanzata dei contenuti e dei metodi delle discipline psicologiche di base, integrandole con le conoscenze teoriche, metodologiche e delle modalità di ricerca e intervento propri della psicologia applicata al servizio delle organizzazioni produttive (di beni e servizi, profit e non) / delle istituzioni e delle persone che vi operano, con particolare riferimento a tre ambiti di base: le risorse umane, il marketing e la comunicazione organizzativa.

Obiettivi qualificanti di questa laurea magistrale sono lo sviluppo di capacità connesse:

- alla progettazione e gestione di azioni di ricerca-intervento applicata ai processi di gestione e sviluppo delle risorse umane, inclusi gli ambiti della formazione, del cambiamento organizzativo e della progettazione sociale;
- alla progettazione e realizzazione di programmi di ricerca e di intervento in riferimento ai principali settori del marketing (dei beni e dei servizi, privato e sociale, profit e non profit);
- alla progettazione e alla gestione di interventi di supporto alla comunicazione organizzativa e istituzionale sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione.

Le competenze che verranno acquisite riguardano gli ambiti dell'intervento e della gestione delle risorse umane nelle organizzazioni, quelli della produzione e gestione dei supporti informativi, strategici e manageriali, che orientano l'azione di marketing (ricerca e intervento per il marketing) e quelli della gestione integrata delle attività di comunicazione organizzativa e istituzionale.

I tre ambiti (e le rispettive competenze) risultano altamente interconnessi ed intrecciati; nondimeno, nel programma formativo saranno presenti percorsi di approfondimento dedicati a ciascun ambito.

Il percorso formativo prevede - oltre alla tradizionale didattica frontale - alcuni corsi specificatamente strutturati come Metodi e Tecniche e come Esperienze Pratiche Guidate (EPG). Al fine di fornire solide competenze in una logica professionalizzante, la presente laurea magistrale, oltre a curare particolarmente i corsi di "teoria della tecnica" propone una didattica interattiva e tutoriale (che si esplica soprattutto nelle EPG e nei corsi di Metodi e Tecniche) in cui gli studenti lavorano in piccoli gruppi guidati da un tutor: ciò consente agli studenti di sperimentare un processo condiviso di costruzione della conoscenza e modalità di apprendimento attive, di acquisire un atteggiamento critico e di riflessione in merito alle competenze professionali, di imparare a lavorare in équipe, abituandosi al confronto, all'assunzione di responsabilità e alla gestione di situazioni complesse.

Tra gli obiettivi della laurea magistrale vi è anche l'esercizio e l'approfondimento della lingua inglese acquisita durante la laurea di primo livello, con particolare riferimento al lessico specifico delle discipline psicologiche e alle competenze necessarie per sostenere un colloquio o una conversazione di lavoro, per programmare e gestire processi gruppalmente di lavoro e per fornire una presentazione sui risultati di una ricerca. Tale competenza viene sviluppata sia attraverso materiali d'esame (bibliografia e guidelines), sia attraverso la lettura guidata di articoli internazionali su contenuti avanzati.

Infine la preparazione dell'elaborato finale, di natura empirica o teorica, rappresenta un'occasione di controllo complessivo sul raggiungimento degli obiettivi formativi. La verifica relativa all'acquisizione delle conoscenze e competenze è peraltro verificata nel corso dell'itinerario formativo sia con prove scritte e orali al termine dei singoli corsi, sia con prove intermedie che vengono richieste agli studenti sotto forma di relazioni o lavori di gruppo o studi di caso o esercitazioni in cui gli studenti partecipano attivamente (in situazione di classe o di apprendimento a distanza).

Ulteriori previsioni relative al corso

Il corso di laurea magistrale ha di norma una durata di ulteriori due anni dopo la laurea e potrà articolarsi in curricula che verranno specificati a livello di regolamento del corso di studio.

Il tempo riservato allo studio personale, di norma, è pari almeno al 60% dell'impegno orario complessivo con possibilità di percentuali minori per singole attività formative ad elevato contenuto sperimentale o pratico.

Per conseguire la laurea magistrale lo studente deve aver acquisito almeno 120 crediti formativi universitari, ivi compresi quelli relativi alla prova finale.

Superato l'esame finale di laurea lo studente consegue il diploma di laurea magistrale in Psicologia per le organizzazioni: risorse umane, marketing e comunicazione.

Il Consiglio della struttura didattica competente determina annualmente:

- gli insegnamenti che possono essere integrati da esercitazioni, laboratori, seminari, corsi integrativi e da altre forme didattiche;
 - l'elenco dei corsi effettivamente attivati e la distribuzione degli stessi tra i vari anni di corso e le possibili sotto unità (semestri, quadrimestri o altre periodizzazioni), indicando quali insegnamenti sono affiancati da attività didattiche integrative;
 - l'attribuzione dei crediti formativi universitari alle diverse attività didattiche e formative;
 - i criteri e modalità per il riconoscimento, fatta salva la quota minima riconosciuta ai sensi delle disposizioni normative vigenti, del maggior numero possibile di crediti già acquisiti dallo studente in precedenti percorsi formativi;
 - il numero massimo di crediti formativi universitari riconoscibili per le conoscenze e le abilità professionali certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché le altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello postsecondario alla cui progettazione e realizzazione abbia concorso l'Università o altra istituzione universitaria. L'ammontare di tali crediti è determinato entro i limiti previsti dalle disposizioni normative vigenti. Le attività già riconosciute ai fini della attribuzione di crediti formativi universitari nell'ambito di corsi di laurea non possono essere nuovamente riconosciute come crediti formativi nell'ambito di corsi di laurea magistrale.
- Gli insegnamenti si concludono con una prova di valutazione che deve comunque essere espressa mediante una votazione in trentesimi. Ciò potrà valere anche per le altre forme didattiche integrative per le quali potrà essere altresì prevista l'idoneità.

Autonomia di giudizio (making judgements)

I laureati dovranno possedere la capacità di formazione di giudizio autonomo e critico nella valutazione di situazioni e aree di attività delle organizzazioni (risorse umane, marketing e comunicazione), tenendo conto dei principi dell'etica professionale formulati dall'Ordine degli psicologi. Le modalità didattiche degli insegnamenti e di esame incoraggiano e stimolano il pensiero critico, la riflessività e l'indipendenza nel giudizio. L'impostazione dei corsi e gli spazi previsti per una didattica interattiva e tutoriale

favoriscono lo sviluppo di capacità critiche e di un atteggiamento flessibile, volto a consentire la scelta degli approcci, degli strumenti e delle metodologie più adatti alla comprensione e gestione dei problemi sul piano della ricerca, nonché sul piano della progettazione, sviluppo e valutazione degli interventi. I corsi di natura metodologica forniscono le basi per la valutazione autonoma dei dati, sia di natura qualitativa che quantitativa e l'acquisizione delle competenze di processo relative agli ambiti dell'intervento e della ricerca.

Inoltre, i laureati dovranno essere in grado di prendere decisioni appropriate in autonomia professionale, ma anche collaborando con altre figure professionali che cooperano per conseguire obiettivi condivisi.

Il raggiungimento di questo obiettivo formativo sarà verificato tramite esami di profitto, tramite la partecipazione alle attività svolte nelle Esperienze Pratiche Guidate ed anche tramite la tesi di laurea magistrale, in quanto prodotto finale del percorso di studi.

Abilità comunicative (communication skills)

I laureati dovranno:

- essere in grado di comunicare efficacemente con gli interlocutori all'interno delle organizzazioni, in modo da facilitare il lavoro di gruppo e di collaborare efficacemente all'interno dei contesti professionali;
- possedere le competenze e le capacità comunicative che consentano di comunicare efficacemente con colleghi di altre discipline e di offrire in maniera chiara e precisa il proprio apporto specifico nelle équipe multidisciplinari;
- aver acquisito competenze nella comunicazione dei risultati della propria attività di ricerca sia nei contesti scientifici sia nei contesti operativi (anche nei confronti di committenza pubblica e privata).

Tali abilità riguardano sia la forma orale sia la forma scritta; pertanto i laureati dovranno essere in grado anche di redigere documenti volti alla divulgazione scientifica e alla condivisione di report relativi ai risultati della ricerca e dell'intervento. I lavori di gruppo, le Esercitazioni Pratiche Guidate, l'incontro con professionisti e specialisti del settore e delle discipline affini consentono agli studenti di sviluppare e rafforzare la capacità di comunicare informazioni, idee, opinioni, diagnosi, ipotesi di intervento a interlocutori specialisti e non specialisti. Pertanto il raggiungimento di questo obiettivo formativo sarà verificato non solo tramite esami di profitto, che prevedono prove sia orali sia scritte, ma anche tramite la partecipazione alle attività svolte nei Metodi e Tecniche e nelle Esercitazioni Pratiche Guidate; infine il raggiungimento di tale obiettivo formativo sarà valutato anche tramite l'elaborato finale.

Capacità di apprendimento (learning skills)

I laureati dovranno essere in grado di aggiornare continuamente le proprie conoscenze e competenze, apprendendo in modo autonomo gli sviluppi e i trend più recenti della ricerca scientifica nazionale ed internazionale delle discipline di riferimento in merito alla ricerca e all'intervento, utilizzando anche gli adeguati strumenti informatici. I laureati dovranno inoltre essere in grado di apprendere dall'esperienza quotidiana e dalla collaborazione con colleghi più maturi e professionisti anche di altre discipline con cui vengono a contatto. Nel corso di laurea magistrale, viene favorita nei laureati l'idea di una formazione permanente e continua, in cui il bagaglio di conoscenze e competenze si incrementa costantemente in maniera dinamica, non per accumulazione o giustapposizione, ma per integrazione successiva. La didattica tutoriale ed interattiva adottata nei corsi e nei laboratori aiuta gli studenti ad esercitarsi nella costruzione condivisa di conoscenza e nell'acquisizione della necessità di una formazione ed aggiornamento costanti e continui, da realizzarsi in maniera responsabile e seguendo i principi della deontologia professionale. La Facoltà offre anche possibilità di apprendimenti ulteriori attraverso master e corsi di perfezionamento.

Il raggiungimento di questo obiettivo formativo sarà verificato tramite esami di profitto nonché tramite la partecipazione alle attività svolte nei Metodi e Tecniche e nelle Esercitazioni Pratiche Guidate; infine il raggiungimento di tale obiettivo formativo sarà valutato anche tramite la tesi di laurea magistrale che, in quanto prodotto finale del percorso di studi, potrà comprovare l'acquisizione di tali abilità.

Conoscenze richieste per l'accesso

(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

Sono titoli di ammissione quelli previsti dalle vigenti disposizioni di legge.

Il regolamento didattico del corso di laurea magistrale determina i requisiti curriculari richiesti per l'accesso, le modalità di verifica del possesso dei requisiti curriculari richiesti e dell'adeguatezza della personale preparazione (a titolo esemplificativo: test, colloqui, ecc.).

Caratteristiche della prova finale

(DM 270/04, art 11, comma 3-d)

La prova finale deve essere sostenuta mediante la presentazione di una tesi elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore.

La votazione finale viene espressa in centodecimi con eventuale lode tenuto conto del curriculum complessivo dello studente.

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

Il corso di laurea magistrale è stato istituito per offrire, all'interno di un ambito disciplinare complesso e articolato quale è quello delle scienze psicologiche, una specializzazione nel settore della psicologia delle organizzazioni e del marketing, che in Università Cattolica vanta una lunga tradizione e ha prodotto rilevanti competenze che meritano di essere coltivate e valorizzate.

Inoltre si sottolinea che il corso di laurea magistrale affronta ed approfondisce aspetti specifici dell'ambito disciplinare, quali l'analisi e la progettazione di azioni di ricerca-intervento in ambito organizzativo, la gestione delle risorse umane con particolare riguardo all'orientamento, alla formazione e alla valutazione, i processi di comunicazione e informazione relativi allo scambio fra domanda e offerta di beni e/o servizi, nonché i principali approcci di ricerca relativi al marketing strategico e operativo.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**Psicologo per le organizzazioni****funzione in un contesto di lavoro:**

Gestione delle risorse umane, gestione delle azioni di marketing e comunicazione organizzativa.

competenze associate alla funzione:

Capacità di progettazione, realizzazione e valutazione degli esiti di ricerche e di interventi rivolti ai contesti organizzativi (risorse umane, marketing e comunicazione).

sbocchi professionali:

Consulente, libero professionista, lavoratore dipendente, ecc. presso:

- società di consulenza;
- direzioni per la gestione di risorse umane;
- agenzie di formazione;
- organizzazioni del terzo settore che producono servizi alla persona;
- web agencies e media agencies;
- agenzie e servizi per la comunicazione sociale allargata (pubblicità, informazione, comunicazione);
- istituti di ricerca di mercato, sui consumi, sulla comunicazione, sulla pubblica opinione;
- servizi e funzioni aziendali per il marketing.

Inoltre i laureati possono accedere al dottorato di ricerca, alle scuole di specializzazione e a master di secondo livello.

Si precisa che per svolgere attività psicoterapeutica è necessario aver conseguito un titolo idoneo presso una scuola di specializzazione in psicoterapia.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
- Psicologi del lavoro e delle organizzazioni - (2.5.3.3.3)

Il corso consente di conseguire l'abilitazione alle seguenti professioni regolamentate:

- psicologo

Risultati di apprendimento attesi - Conoscenza e comprensione - Capacità di applicare conoscenza e comprensione**Area comune****Conoscenza e comprensione**

Il titolo finale del corso sarà conferito agli studenti che avranno dimostrato conoscenze e capacità di comprensione che estendono e rafforzano quelle della laurea di primo livello e consentono di elaborare e/o applicare idee originali e critiche in contesti sia di ricerca sia di intervento.

Nello specifico ci si aspetta che gli studenti abbiano acquisito:

- conoscenze critiche e approfondite sul funzionamento del soggetto di fronte al lavoro e alle organizzazioni, sui processi di organizational learning e di progettazione formativa mirata allo sviluppo di culture professionali e organizzative;
- conoscenze e competenze legate ai processi di orientamento, sviluppo, valutazione e gestione delle risorse umane;
- gli strumenti e le metodiche per lo svolgimento di attività di ricerca e intervento per la formazione, sviluppo, valutazione e gestione delle risorse umane;
- le metodologie della progettazione e valutazione della qualità ed efficacia degli interventi;
- le conoscenze e le capacità di applicare i principali approcci di ricerca allo studio del comportamento del consumatore, nonché di estendere il loro uso alle azioni di marketing strategico e operativo;
- gli strumenti e le metodiche per lo svolgimento di attività di ricerca sociale e di marketing;
- gli strumenti e i metodi per la gestione di interventi di supporto alla comunicazione organizzativa e istituzionale sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La capacità di comprensione viene stimolata e rinforzata sia nei corsi sia nei laboratori sia nei corsi di Metodi e Tecniche, vuoi attraverso lo studio di testi ed articoli scientifici di contenuto avanzato in lingua italiana ed inglese vuoi attraverso l'utilizzo del gruppo come strumento di lavoro e la didattica tutoriale in piccolo gruppo. In particolare attraverso i laboratori ed i corsi di Metodi e Tecniche, gli studenti sviluppano la loro capacità di comprensione e di riflessione sulla pratica professionale.

Tali capacità potranno poi essere ulteriormente affinate e personalizzate nel percorso progettuale di tesi di laurea che, per sua natura, si pone come momento sintetico delle conoscenze e delle comprensioni specialistiche.

Il raggiungimento di questo obiettivo formativo sarà verificato tramite esami di profitto nonché tramite la partecipazione alle attività svolte nelle Esercitazioni Pratiche Guidate e la loro valutazione; infine il raggiungimento di tale obiettivo formativo sarà valutato anche tramite l'elaborato finale.

Area delle discipline psicologiche**Conoscenza e comprensione**

I laureati devono conseguire:

- conoscenze e capacità di comprensione dei principali riferimenti teorici e metodologici connessi ai processi di sviluppo delle risorse umane, inclusi gli ambiti della formazione, del cambiamento organizzativo e della progettazione sociale;
- conoscenze e capacità di comprensione dei principali riferimenti teorici e metodologici connessi alla progettazione e realizzazione di programmi di ricerca e di intervento in riferimento ai principali settori del marketing (dei beni e dei servizi, privato e sociale, profit e non profit);
- conoscenze e capacità di comprensione dei principali riferimenti teorici e metodologici alla progettazione e alla gestione di interventi di supporto alla comunicazione organizzativa e istituzionale sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il titolo finale del corso sarà conferito agli studenti che avranno dimostrato la capacità di sapere:

- applicare le conoscenze acquisite con maturità e responsabilità, alla progettazione, alla realizzazione di ricerche e di interventi - e loro valutazione - rivolti ai contesti organizzativi (risorse umane, marketing e comunicazione).
- utilizzare le conoscenze nel lavoro in équipe multidisciplinari offrendo un contributo specifico nella progettazione, realizzazione e valutazione delle ricerche e degli interventi rivolti ai contesti organizzativi (risorse umane, marketing e comunicazione).

Gli studenti dovranno saper applicare le conoscenze acquisite attraverso l'uso di metodologie qualitative e quantitative.

La capacità di tradurre in termini operativi le competenze acquisite viene stimolata e rinforzata sia nei corsi sia nei laboratori sia nei corsi di Metodi e Tecniche sia attraverso lavori in piccoli gruppi e l'impiego di una didattica tutoriale in piccolo gruppo. In particolare attraverso i laboratori e i corsi di Metodi e Tecniche gli studenti esercitano la loro capacità di applicazione delle conoscenze ai diversi contesti ed alle diverse situazioni problematiche.

Tali capacità potranno poi essere ulteriormente affinate e personalizzate nel percorso progettuale di tesi di laurea magistrale che, per sua natura, si pone come momento applicativo delle conoscenze e delle comprensioni specialistiche.

Il raggiungimento di questo obiettivo formativo sarà verificato tramite esami di profitto nonché tramite la partecipazione alle attività svolte nei laboratori e nel corso delle Esperienze Pratiche Guidate e la loro valutazione; infine il raggiungimento di tale obiettivo formativo sarà valutato anche tramite l'elaborato finale.

Area delle discipline filosofiche**Conoscenza e comprensione**

I laureati devono conseguire conoscenze e capacità di comprensione dei fondamenti filosofici della psicologia applicata alle organizzazioni.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il titolo finale del corso sarà conferito agli studenti che avranno dimostrato la capacità di sapere applicare i principi filosofici della psicologia applicata alle organizzazioni nei contesti di intervento professionale della psicologia per le organizzazioni (risorse umane, marketing, comunicazione).

Area interdisciplinare**Conoscenza e comprensione**

I laureati devono conseguire conoscenze e capacità di comprensione dei fondamenti delle discipline utili per gli sbocchi occupazionali previsti per la laurea magistrale (organizzazione aziendale, marketing management, comunicazione aziendale, sociologia, ecc.).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il titolo finale del corso sarà conferito agli studenti che avranno dimostrato la capacità di sapere:

- applicare gli elementi teorici delle discipline economiche e affini nei contesti professionali di intervento della psicologia per le organizzazioni (per esempio: organizzazione aziendale o marketing management o comunicazione aziendale);
- collaborare nelle équipe di lavoro interdisciplinari in cui sono presenti professionalità e competenze di tipo economico o comunque non psicologico.

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 §2.

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Psicologia generale e fisiologica	M-PSI/01 Psicologia generale	2	8	-
Psicologia sociale e del lavoro	M-PSI/05 Psicologia sociale M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni	48	56	-
Psicologia dinamica e clinica	M-PSI/07 Psicologia dinamica M-PSI/08 Psicologia clinica	2	8	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	52 - 72
--	---------

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	M-DEA/01 - Discipline demoetnoantropologiche M-FIL/01 - Filosofia teoretica M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi M-FIL/06 - Storia della filosofia M-STO/04 - Storia contemporanea SECS-P/06 - Economia applicata SECS-P/07 - Economia aziendale SECS-P/10 - Organizzazione aziendale SECS-S/01 - Statistica SECS-S/05 - Statistica sociale SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro	12	24	12

Totale Attività Affini	12 - 24
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		8	12
Per la prova finale		17	17
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	3
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	4	8
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	2	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività	34 - 46
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	98 - 142

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

()

Note relative alle altre attività

La proposta di range 8-12 per gli insegnamenti a scelta dello studente risponde all'esigenza di una eventuale maggiore personalizzazione dei curricula, se richiesta da nuove esigenze didattiche in connessione con i mutamenti del mondo del lavoro.

Note relative alle attività caratterizzanti

Poiché obiettivi qualificanti di questa laurea magistrale sono lo sviluppo di capacità connesse a) all'analisi e alla progettazione di azioni di ricerca-intervento applicata ai processi di cambiamento organizzativo, di gestione delle risorse umane, di progettazione sociale; b) alla progettazione e realizzazione di programmi di ricerca e di intervento in riferimento ai principali settori del marketing (dei beni e dei servizi, privato e sociale, profit e non profit),

ne consegue che è necessario approfondire in modo differenziato:

a) competenze che afferiscono all'ambito "Psicologia dello sviluppo e dell'educazione" (M-PSI/04) per l'area dell'intervento e della gestione delle risorse umane nelle organizzazioni;

b) competenze che afferiscono all'ambito "Psicometria" (M-PSI/03) per l'area della produzione e gestione dei supporti informativi, strategici e manageriali, che orientano l'azione di marketing (ricerca di Marketing).

RAD chiuso il 26/02/2015