



Anno 2014

Università Cattolica del Sacro Cuore >> Sua-Rd di Struttura: "Facoltà di SCIENZE LINGUISTICHE e LETTERATURE STRANIERE"

Parte III: Terza missione

▶ QUADRO I.0	I.0 Obiettivi e linee strategiche relative alle attività di Terza Missione
	La Facoltà di Scienze Linguistiche e Letterature Straniere si impegna all'interno dell'offerta formativa di programmare e formare competenze, conoscenze e abilità linguistico-culturali applicate agli ambiti delle professioni sociali, economiche, comunicative tenendo presenti le caratteristiche di complessità, di plurilinguismo, di interculturalità e di globalizzazione tipiche della società attuale. In tal senso promuove specifiche iniziative e attività nel campo delle discipline linguistico-comunicative in tutti gli ambiti delle professioni, volte ad approfondire conoscenze avanzate nelle discipline che inquadrano i profili professionali del laureato in lingue, letterature e culture straniere salienti per il mercato del lavoro secondo i descrittori e le denominazioni per le competenze in uscita elencate dall'ISTAT e nel Quadro Regionale degli Standard Professionali -, alla luce di quanto la domanda di lavoro richiede oggi relativamente a competenze trasversali e ai soft skills, in particolare: - conoscenze disciplinari degli ambiti in cui il laureato è chiamato ad operare con le proprie competenze linguistiche plurilingui; - adeguata capacità di interpretazione, mediazione e inclusione interculturale dei fenomeni sociali e culturali in cui si trova professionalmente; - capacità di trasferimento delle conoscenze multidisciplinari plurilingui; - organizzazione di azioni e progetti in ambito plurilingue; - capacità di management linguistico e comunicativo in situazioni plurilingui e pluriculturali. I rappresentanti delle varie aree presenti in Facoltà operano in tal senso, realizzando percorsi formativi specifici post-laurea, eventi di carattere scientifico e divulgativo che interagiscono con il territorio e la società civile, favorendo azioni strategiche di carattere ciclico che possano costruire un laboratorio di idee, proposte e soluzioni per le prospettive che costituiscono le specificità della Facoltà stessa. Numerosi i contatti stipulati dalla Facoltà con organizzazioni del Terzo settore e su tematiche attinenti allo stesso. Questi obiettivi hanno portato a enucleare interventi complessivi costituiti da eventi pubblici organizzativi e di confronto, attività di ricerca e censimento, azioni di promozione e sviluppo a livello nazionale e internazionale, e in particolare: a) percorsi formativi post-laurea ad hoc, b) momenti di pubblico approfondimento, c) programmi di formazione intensiva. a) Percorsi formativi post-laurea - Master di I livello in International Human Resource Management (IHRM). Giunto alla sua ottava edizione, il Master, in collaborazione fra le Facoltà di Economia e di Scienze linguistiche e letterature straniere e patrocinato da AIDP (Associazione Italiana Direttori del Personale), intende sviluppare competenze professionali necessarie per operare in ambienti internazionali complessi in qualità di esperti di gestione delle risorse umane, di progettazione organizzativa e di comunicazione aziendale. I partecipanti trovano occupazione nelle funzioni Organizzazione, Gestione delle Risorse Umane e Comunicazione interna di aziende e istituzioni che operano in contesti internazionali. - Master internazionale in Corporate Communication (in lingua inglese). Si tratta di un programma giunto alla sua quinta edizione, che mira a formare figure professionali che sappiano progettare e gestire la comunicazione d'impresa in tutte le sue sfaccettature sia in agenzia di comunicazione sia in azienda. Tra le figure professionali tipicamente formate figurano: account executive, project manager e strategic planner in agenzie di pubblicità, agenzie di comunicazione non convenzionale, digital e social media agency e agenzie media; brand manager, corporate communication e public relations specialist, comunicatore interno ed employer branding specialist in aziende di qualsiasi tipologia. - Master di I livello in "Innovazione e gestione delle istituzioni scolastiche cattoliche". Il Master intende qualificare e accrescere la professionalità di quanti operano o ambiscono ad inserirsi nel contesto delle scuole paritarie cattoliche e di ispirazione cristiana, e si propone di formare figure professionali che all'interno di tali organizzazioni educative del territorio possano assumere gradualmente posizioni apicali di direzione, amministrazione e gestione economica delle stesse. - Master in Didattica dell'italiano L2. Giunto all'undicesima edizione, il Master ha lo scopo di approfondire le conoscenze specialistiche in ambito culturale, linguistico e glottodidattico e di fornire le competenze professionali necessarie per l'insegnamento dell'italiano come lingua seconda o straniera, in Italia e all'estero, presso istituzioni pubbliche e/o private. - Master di I livello in lingua tedesca Deutsch für die internationale Wirtschaftskommunikation, in collaborazione con il Consolato della Repubblica Federale di Germania e con il Consolato di Svizzera. Partner: BASF, Bosch, Messe Frankfurt, Deutsch-Italienische Handelskammer. Il master, giunto all'undicesima edizione, ha l'obiettivo di formare persone che abbiano ottime competenze nell'ambito della comunicazione aziendale in lingua tedesca in una prospettiva interculturale e sappiano gestire le conoscenze acquisite per creare nuovi vantaggi competitivi per le aziende tedesche che operano nel territorio italiano o internazionale. - Master in International Screenwriting and Production, interfacoltà Scienze Linguistiche e Lettere (in inglese) (VIII edizione). Il master è organizzato in 12 moduli intensivi relativi a Screenwriting theory, programmazione del mercato e distribuzione, scrittura e sviluppo di un caso, analisi di uno screenplay, scrittura di generi diversi (biopic,

comedy, romance, TV miniseries, TV series, etc.), adattamento da opere letterarie e da eventi reali, analisi di serie televisive, analisi di generi non-fictionali e altri format (webseries, branded entertainment, documentary, reality shows, advertising, live shows, transmedia projects, ecc.), analisi di casi.

- Master in Fare TV, interfaccoltà Scienze Linguistiche e Lettere. Giunto alla V edizione, il Master si propone di formare professionisti con competenze mirate e strategiche, ma spendibili in maniera flessibile all'interno delle imprese televisive e dell'audiovisivo (broadcaster, case di produzione, centri di ricerca), nei contesti operativi delle redazioni delle reti, delle direzioni marketing, degli uffici stampa). Numerose imprese del settore partecipano attivamente all'iniziativa, fra cui Mediaset e Sky, e inoltre Discovery Networks Italia, Fox Channels Italy, Fremantlemedia Italia, La7, Magnolia, MTV Italia, NBC Universal Global Networks Italia, QVC Italia, RCS MediaGroup/Digicast, Tv2000/NewsPress, The Walt Disney Company, Wildside. I

- Master in Communication specialist, interfaccoltà Scienze Linguistiche e Lettere (IV edizione) sulla comunicazione digitale per le imprese. Obiettivi del Master sono: consolidare le capacità relazionali e l'attitudine al lavoro in team; garantire un costante aggiornamento sui trend della comunicazione digitale e sulle richieste del mercato; costruire un network personale e lavorativo con professionisti del settore.

- Corso di perfezionamento in Terminologie specialistiche e servizi di traduzione. Il corso offre una panoramica ampia e accurata della realtà professionale oggi nell'ambito della traduzione specialistica e della distintiva qualificazione offerta dalla formazione in terminologia e presenta un approfondimento del processo industriale nei servizi linguistici, del controllo qualità e degli strumenti informatici per la traduzione specialistica: CAT tools e memorie di traduzione, revisione di traduzioni e correzione di bozze.

- Corso di formazione metodologica CLIL per docenti di scuola media di II grado. Il Corso intende promuovere e accompagnare l'introduzione dell'insegnamento in modalità CLIL in Italia attraverso la formazione del profilo del docente CLIL, caratterizzato dal possesso di competenze linguistico-comunicative nella lingua straniera veicolare di livello C1 e da competenze metodologico-didattiche acquisite al termine di un corso di perfezionamento universitario del valore di 20 CFU per i docenti in servizio. Le lingue proposte per la formazione sono nel 2014 il francese e l'inglese, presso la sede di Milano e anche presso l'Università di Bologna.

b) Momenti di pubblico approfondimento

Numerosissime sono le iniziative. Citiamo solo le Open lectures su temi di educazione europea al plurilinguismo, promossi dall'Osservatorio di Terminologie e Politiche Linguistiche, su temi di comunicazione aziendale (Wikipedia come strumento di comunicazione aziendale), su Crafting Stories for Screen and Page; il Ciclo di incontri su letteratura e teatro, sede di Brescia, in collaborazione con il Centro Teatrale Bresciano, su Shakespeare economista, in collaborazione il Piccolo Teatro di Milano, la Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio (ABI); gli eventi per la promozione della lingua e della cultura araba "La lingua araba tra passato e presente", con la presenza del Console Generale della Repubblica d'Egitto.

c) Programmi di formazione intensiva

Workshop su Wikipedia e business, sulla comunicazione televisiva in Italia, sui nuovi media, sull'antropologia simbolica.

Summer Schools su Cinema Project Development, Film-making Program.

Workshop su Monitoring and evaluating training, sul tema della valutazione della formazione aperto a manager e lavoratori della direzione Human Resources di grandi istituzioni.

Il programma estivo Focused Program Abroad nell'area della comunicazione d'impresa e branding.

La Winter School promossa dal Centro di Ateneo per la Dottrina sociale della Chiesa.

Il seminario FORMACLIL per docenti di scuola media superiore, promosso dall'OTPL.