



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Global Communications - A-Lh

1920-2-E1801M042-E1801M058M-A-Lh

Learning objectives

Upon the successful completion of the course, students will be able to examine global companies' communication strategies

Contents

The course studies the issue of corporate communication for global companies operating in markets with high competitive intensity.

First the course examines corporate communication managerial economics with reference to different competitive dynamics. It then develops the interaction between corporate communication and corporate Intangible assets (corporate culture, information systems, brand equity).

It also analyses digital and analogical corporate communications techniques.

Finally, the course deepens corporate global communication policies.

Detailed program

Global Communications Module (5 CFU)

9 Global Communication

10 Global Communication Opportunities

11 Global Market and Global Communication

12 Global Communication Products and Services

13 Brand and Global Communication

14 Global Communication Stakeholders

15 Global Communication Requirements

16 Global Communication and Corporate Intangible Assets

17 Global Communication Media

18 Global Communication Planning

11 Global Communication Budget

12 Global Communication Practices

13 Global Communication Plan Implementation

Prerequisites

Erasums students only can select and pass only this module

Gentili studenti,

La prima lezione di presentazione del corso di Corporate Global Communications Turno 1 (A-LH) avrà luogo martedì 1 ottobre alle 10.30 in u3 04. In questa occasione vi saranno illustrate le modalità e i calendari sia del modulo di Global (Global Communications) che del modulo di ETCA (Economia e Tecnica della Comunicazione Aziendale).

Si pregano gli studenti, solo se intenzionati a seguire il corso di Corporate Global Communications, di iscriversi (iscrizione spontanea) ad entrambi i moduli e, solo se il sistema lo permette, anche al totale (Corporate Global Communications). Questo agevolerà il controllo delle presenze in aula e la vostra partecipazione al pre-appello.

Si avvisano gli studenti che NON E' POSSIBILE iscriversi ad un Turno 1 (A-LH) e frequentare le lezioni del Turno 2 (LI-Z) o viceversa. Gli iscritti ad un Turno dovranno frequentare e partecipare all'esame dello stesso. Come da

regolamento, non possono essere fatte eccezioni, neanche per gli studenti Erasmus.

Il libro di testo per la preparazione dell'esame per entrambi i moduli del corso è: Belch and Belch, Advertising and Promotion, Eleventh Edition, McGraw Hill. La preparazione all'esame con dispense non autorizzate non è ammessa.

Cordiali saluti

Teaching methods

Active lecture

Assessment methods

Oral exam.

At the end of the course students can take a written exam (questions and tests)

Textbooks and Reading Materials

- Belch G.E. and Belch M.A., Advertising and Promotion. An integrated marketing

communication perspective, Mc Graw Hill, 11th edition, 2018 PARTS 1,2,3,4,5,7 (chapters 1,3,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,19)

Il libro di testo per la preparazione dell'esame per entrambi i moduli del corso è: Belch and Belch, Advertising and Promotion, Eleventh Edition, McGraw Hill. La preparazione all'esame con dispense non autorizzate non è ammessa.

Semester

First semester

Teaching language

Italian

