



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Global Communications - A-Lh

1920-2-E1801M042-E1801M058M-A-Lh

Obiettivi formativi

A fine corso gli studenti saranno in grado di esaminare le politiche di comunicazione aziendale delle imprese globali

Contenuti sintetici

Il corso affronta il tema della comunicazione aziendale per le imprese globali operanti in mercati ad elevata intensità competitiva. In primo luogo si esamina l'economia della comunicazione aziendale con riferimento alle dinamiche competitive e alla moderna economia d'impresa. Si sviluppa quindi l'interazione tra la comunicazione aziendale e il sistema delle risorse immateriali d'impresa (cultura d'impresa, sistema informativo, patrimonio di marca). Infine, si approfondiscono le tecniche della comunicazione aziendale analogica e digitale con riguardo ad ambiti 'corporate', product e brand. Da ultimo, si sviluppano le declinazioni globali della comunicazione aziendale, sia con riferimento alle dimensioni economiche, sia con

riguardo a tecniche e strumenti.

Programma esteso

Modulo Global communications (5 CFU)

9 Definizione ed ambito della global communication

10 Ragioni ed opportunità di sviluppo della global communication

11 Mercati globali e global communication

12 Prodotti e servizi nella global communication

13 Brand e global communication

14 Gli stakeholder di riferimento della global communication

15 I presupposti della global communication

16 Global communication e sistema delle risorse immateriali d'impresa

17 Mezzi di comunicazione e global communication

18 Il piano di global communication

11 Il budget di global communication

12 Piano di global communication e sue declinazioni per prodotto/mercato

13 Coordinamento, esecuzione e flessibilità operativa del piano di global communication

Prerequisiti

Per gli studenti del corso di laurea in Marketing e Mercati Globali: l'esame è propedeutico a Market-Driven Management; se non si è precedentemente sostenuto e registrato l'esame di Market-Driven Management non è possibile sostenere e registrare Corporate Global Communications

Per gli studenti di altri corsi di laurea, Corporate Global Communications non è un esame consigliato in quanto non sono state acquisite le basi con l'esame di Market-Driven Management

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

Metodi didattici

Lezione frontale

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale.

Alla fine del corso gli studenti possono sostenere un esame scritto con domande aperte e chiuse

Testi di riferimento

- 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.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Primo semestre

Lingua di insegnamento

Italiano
