

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Global Communications - 2

2122-2-E1801M042-E1801M058M-T2

Obiettivi formativi

Il corso è finalizzato a fornire allo studente un quadro di riferimento circa i fondamenti della comunicazione aziendale, anche ulteriore a quella di natura commerciale e persuasiva trattata nel modulo di economia e tecnica della comunicazione aziendale. In questo contesto, il corso mira a individuare le migliori modalità di comunicazione con gli stakeholder, sia in un contesto locale che, progressivamente, globale. Il programma comprenderà sia i fondamenti teorici della materia che casi aziendali ed esempi operativi. Il corso si concluderà con una breve panoramica su alcune conoscenze preliminari in termini di privacy, assunto normativo fondamentale per l'attività di comunicazione fin dall'entrata in vigore del GDPR.

Contenuti sintetici

Il corso affronta il tema della comunicazione aziendale per le imprese globali

Programma esteso

Durante il corso verranno affrontati i seguenti argomenti:

· Governance e comunicazione agli stakeholder

	Comunicazione economico-finanziaria
	Marketing non convenzionale
	Comunicazione di crisi
	Carta dei servizi
	Codice etico
	Privacy per il marketing
Le I	ezioni potrebbero avere come oggetto delle testimonianze aziendali sui contenuti previsti dal programma.
Pre	erequisiti
cos	gli studenti del corso di laurea in Marketing, comunicazione aziendale e mercati globali: l'esame di Marketing tituisce propedeuticità. Infatti, se non si è precedentemente sostenuto e registrato l'esame di marketing non è sibile sostenere e registrare Corporate Global Communications.
	gli studenti di altri corsi di laurea, Corporate Global Communications non è un esame consigliato in quanto non o state acquisite le basi con gli esami di Market-Driven Management e Marketing.
Me	todi didattici
Lez	ione da remoto, come previsto dall'università per fronteggiare l'emergenza sanitaria.
Мо	dalità di verifica dell'apprendimento
Esa	me orale.
Tes	sti di riferimento
Belo	ch G.E. and Belch M.A., Advertising and Promotion. An integrated marketing
Pe	riodo di erogazione dell'insegnamento

Comunicazione di sostenibilità

Secondo se	mestre.
------------	---------

Lingua di insegnamento

Italiano.