



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### 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 di sostenibilità
- Comunicazione economico-finanziaria
- Marketing non convenzionale
- Comunicazione di crisi
- Carta dei servizi
- Codice etico
- Privacy per il marketing

Le lezioni potrebbero avere come oggetto delle testimonianze aziendali sui contenuti previsti dal programma.

## **Prerequisiti**

Per gli studenti del corso di laurea in Marketing, comunicazione aziendale e mercati globali: l'esame di Marketing costituisce propedeuticità. Infatti, se non si è precedentemente sostenuto e registrato l'esame di marketing 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 gli esami di Market-Driven Management e Marketing.

## **Metodi didattici**

Lezione da remoto, come previsto dall'università per fronteggiare l'emergenza sanitaria.

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Esame orale. \_\_\_\_\_

## **Testi di riferimento**

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

## **Periodo di erogazione dell'insegnamento**

Secondo semestre.

## **Lingua di insegnamento**

Italiano.

---