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 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. 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

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. 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).

Periodo di erogazione dell’insegnamento

Secondo semestre.

Lingua di insegnamento

Italiano.