



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Communication Management - 1

2122-1-F7701M076-T1

---

#### Obiettivi formativi

Il corso si propone di affrontare il tema del governo della comunicazione d'impresa dal punto di vista teorico e degli strumenti manageriali.

#### Contenuti sintetici

- Comunicazione e valore
- Le aree della comunicazione d'impresa
- Il communication mix nella logica del marketing
- La pianificazione, l'organizzazione e il controllo della comunicazione

#### Programma esteso

Comunicazione e valore: meccanismi della comunicazione, gestione delle relazioni con i diversi stakeholders

Le aree della comunicazione d'impresa: comunicazione istituzionale, comunicazione economico-finanziaria, comunicazione organizzativa, comunicazione di marketing

Il communication mix nella logica del marketing: prodotto, distribuzione, prezzo, promozione, branding

La pianificazione, l'organizzazione e il controllo della comunicazione: aspetti strategici e operativi

#### Prerequisiti

none

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali e testimonianza aziendali nel caso di restrizioni dovute all'emergenza Covid-19 anche nel secondo semestre, le lezioni si terranno in modalità sincrona in videoconferenza.

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

Esame scritto (domande strutturate) + orale facoltativo. Nel caso di restrizioni dovute all'emergenza COVID-19 anche nel secondo semestre, la valutazione finale sarà svolta con un esame scritto (utilizzando il software Respondus software) con tre domande aperte

## **Testi di riferimento**

Alberto Pastore, Maria Vernuccio, Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management, Apogeo Education, Edizione: 2

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

Il semestre

## **Lingua di insegnamento**

Italiano

---