



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
