UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Economics & Business Communication Techniques

2223-3-E3301M138

Obiettivi formativi

L'ecosistema della comunicazione aziendale: obiettivi principali, le funzioni aziendali, gli attori principali, i principali problemi

Contenuti sintetici

Acquisire i principi fondamentali della comunicazione aziendale per agire in modo efficace sul mercato: comprendere lo scenario competitivo, il ruolo dei media, l'importanza degli stakeholders, individuare le opportunità comunicative, stabilire obiettivi e strategie, implementarle all'interno del marketing mix e della costruzione della reputazione.

Programma esteso

Concetto e funzioni della comunicazione aziendale

I fini della comunicazione aziendale

I principi della comunicazione aziendale

Gli stakeholder: i destinatari della comunicazione aziendale

Stakeholder mapping e la matrice di materialità

Perché avere una buona reputazione?

Brand management – brand portfolio

Le ricerche di mercato

Communication mix – advertising

La comunicazione digitale, e social media

Communication mix –PR, ufficio stampa, sponsorizzazioni

Investor relator

CSR, Etica e bilancio sociale/bilancio di sostenibilità

Il piano di comunicazione

Prima o poi qualcosa accade: Crisis management

Prerequisiti

nessuna - ma si consiglia di prestare attenzione alle comunicazioni delle aziende, sia pubblicitarie, sia di diverso tipo

Metodi didattici

Lezioni frontali in aula + testimonianze aziendali

Per gli studenti frequentanti è obbligatoria la partecipazione lavoro di gruppo (verr anno riconosciuti punti aggiuntivi rispetto al voto della prova di esame)

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta

+ OPZIONALE orale contestuale alla prova

Per gli studenti frequentanti è obbligatoria la partecipazione lavoro di gruppo (verranno riconosciuti punti aggiuntivi rispetto al voto della prova di esame)

Testi di riferimento

COMUNICAZIONE D'IMPRESA - ANNALISA GALARDI

MARKETING E COMUNICAZIONE (PARTI) - MASIMINI, PASQUINI, SEGRETO. HOEPLI

MARKETING 5.0 - KOTLER - HOEPLI

PIU' UN MONOGRAFICO A SCELTA

Periodo di erogazione dell'insegnamento

PRIMO SEMESTRE: OTTOBRE-GENNAIO

Lingua di insegnamento

ITALIANO

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ | PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI