UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Global Communications - 2

2223-2-E1801M042-E1801M058M-T2

Area di apprendimento

GLOBAL COMMUNICATIONS (5 CFU) is part of the Corporate Global Communication course (13 cfu) together with the module of ECONOMICS AND TECHNIQUE OF CORPORATE COMMUNICATION (8 CFU).

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

Approfondimento della comunicazione aziendale, in imprese di natura anche internazionale.

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

Le lezioni sono frontali. Tuttavia, in caso di emergenza sanitaria, il corso verrà erogato con la registrazione delle lezioni (non in presenza), poi rese disponibili sulla piattaforma e-learning.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Per gli studenti frequentanti (scelta raccomandata per un approccio più operativo alla materia) la verifica dell’apprendimento avverrà con una prova scritta, contenente sia domande chiuse che aperte. In caso di emergenza sanitaria, la prova potrà essere erogata tramite sistema Respondus (da remoto).

Per gli studenti non frequentanti la prova sarà interamente orale, congiuntamente all’esame di economia e tecnica della comunicazione aziendale. In caso di emergenza sanitaria, la prova potrà essere programmata tramite Webex (a distanza).

Testi di riferimento

Per tutti gli studenti:

Belch, Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective (XI edition), McGraw-Hill, 2017

In aula verranno indicati i capitoli specifici, i testi/articoli aggiuntivi e le tematiche di riferimento per gli appunti delle lezioni necessari per la prova scritta.

Sustainable Development Goals