



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Communication Management - 2

2223-1-F7701M076-T2

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

nessuno

Metodi didattici

Lezioni frontali e testimonianza aziendali. *Nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgeranno da remoto asincrono con eventi in videoconferenza sincrona*

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto (domande strutturate) + orale facoltativo. *Nel periodo di emergenza Covid-19 gli esami saranno solo telematici sulla piattaforma esami on line.*

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

Sustainable Development Goals

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
