



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Economia e Tecnica della Comunicazione Aziendale

2324-3-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

i documenti pdf delle lezioni sono parte integrante del corso

Per gli studenti frequentanti è obbligatoria la partecipazione lavoro di gruppo (verranno 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)

**ATTENZIONE AI TESTI ED AL MONOGRAFICO OBBLIGATORIO**

## **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 QUALITÀ | PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

---