UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Communication Management - 1

2324-1-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

nessuno

Metodi didattici

Lezioni frontali e testimonianza aziendali.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto (domande strutturate). Come previsto dal regolamento di Ateneo per gli esami scritti, vi è la facoltà per lo studente (e per il docente) di chiedere di effettuare anche un orale facoltativo. L'eventuale prova orale facoltativa si svolgerà lo stesso giorno dell'esame scritto, verterà sull'intero programma e sarà oggetto di una valutazione in trentesimi. In questo caso, il voto finale sarà calcolato come media delle valutazioni ottenute nelle due prove (scritto e orale) e il superamento dell'esame sarà condizionato al raggiungimento della sufficienza in entrambe le prove.

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

II Semestre

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI