

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

### **COURSE SYLLABUS**

## **Communication Management - 2**

2324-1-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.
Modalità di verifica dell'apprendimento
Esame scritto (3 domande strutturate) + orale facoltativo.
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