UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Communication Management - 2

2425-1-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. Gli obiettivi formativi saranno articolati in particolare nei seguenti ambiti di competenza:
Conoscenza e capacità di comprensione della comunicazione d'impresa come corso universitario e come materia di specializzazione professionale.
Conoscenza e capacità di comprensione applicate agli aspetti manageriale e professionali della comunicazione d'impresa.
Autonomia di giudizio sulle possibilità di impiego professionale e manageriale della materia, da svilupparsi anche attraverso lavori di gruppo su casi aziendali.
Abilità comunicative nel campo della comunicazione d'impresa, da svilupparsi anche attraverso lavori di gruppo su casi aziendali
Capacità di apprendere gli aspetti teorici della comunicazione d'impresa applicati alla professione e al management
.

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 casi e testimonianze aziendali. Il 30% delle ore di lezione sarà erogata come da regolamento in remoto, registrazioni asincrone. Didattica erogativa: lezioni frontali sugli argomenti del corso. Didattica interattiva: casi aziendali e lavori di gruppo inerenti gli argomenti del corso

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto (3 domande aperte strutturate).
Sarà possibile richiedere un pre-appello
Saranno valutate, in particolare:
Le conoscenze teoriche relative il programma d'esame:
Le conoscenze relative il programma d'esame applicate a casi aziendali concreti che lo studente può liberamente descrivere nell'esame;
La capacità di giudizio circa l'applicazione a casi aziendali delle conoscenze teoriche relative il programma d'esame;
Le capacità comunicative circa gli argomenti del programma d'esame;
Le capacità di apprendere e di applicare a casi concreti aziendali gli argomenti del programma d'esame

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