



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.

#### 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 testimonianze aziendali. Il 30% delle ore di lezione sarà erogata come da regolamento in remoto, registrazioni asincrone

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Esame scritto (3 domande aperte strutturate).  
Sarà possibile richiedere un pre-appello

## **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

---