



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Economia e Tecnica della Comunicazione Aziendale

2425-3-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

il 25% delle lezioni verranno erogate on-line e registrate

I documenti pdf delle lezioni sono parte integrante del corso

Per gli studenti è proposta la partecipazione lavoro di gruppo (verranno riconosciuti punti aggiuntivi rispetto al voto della prova di esame e sarà possibile sostenere il pre-appello, di cui sarà un elemento fondamentale)

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

Prova scritta

+ OPZIONALE orale contestuale alla prova

Per gli studenti con 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**

VERRANNO DEFINITI MEGLIO A LEZIONE

**COMUNICAZIONE D'IMPRESA** - ANNALISA GALARDI

**MARKETING E COMUNICAZIONE (PARTI)** - MASIMINI, PASQUINI, SEGRETO. HOEPLI

**MARKETING 5.0** - KOTLER - HOEPLI

**PIU' UN MONOGRAFICO OBBLIGATORIO E UNO 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

---