UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Comunicazione d'Impresa

2526-3-E2004P027

Area di apprendimento

2: Aspetti psicosociali della comunicazione.

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

- Principali teorie sviluppate dalla Psicologia riguardo alla comunicazione in generale e d'impresa.
- Dinamiche relazionali e organizzative proprie dei contesti lavorativi.
- Funzionamento dei processi comunicativi nei contesti organizzativi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Capacità di comprendere e analizzare criticamente i processi comunicativi all'interno dei contesti lavorativi.
- Capacità di leggere e applicare i modelli teorici all'ambito organizzativo.
- Capacità di applicare le conoscenze acquisite in un'ottica di pianificazione di piccole attività di comunicazione d'impresa.

Autonomia di giudizio

- Capacità di raccogliere e analizzare informazioni complesse relative a scenari comunicativi aziendali, inclusi segnali premonitori di crisi.
- Abilità di interpretare modelli teorici (es. Self-discrepancy theory, Situational Crisis Communication Theory, Theory of Image Restoration Discourse) per formulare giudizi autonomi sulle strategie di comunicazione d'impresa.
- Competenza nel valutare criticamente decisioni e comportamenti aziendali, anche su temi etici e

interdisciplinari, considerando le implicazioni sociali e legali delle azioni comunicative.
- Capacità di identificare incoerenze tra l'identità aziendale e l'immagine percepita, proponendo soluzioni per allineare valori dichiarati e azioni concrete.

Abilità comunicative

- Competenza nel comunicare efficacemente strategie, obiettivi e valori aziendali a una varietà di pubblici, sia specialisti che non specialisti.
- Capacità di adattare stili e contenuti comunicativi ai diversi contesti e interlocutori (es. gestione delle crisi, public affairs, marketing, comunicazione finanziaria e organizzativa).
- Abilità di costruire messaggi coerenti e trasparenti, anche in situazioni di alta complessità e pressione mediatica, come durante una crisi.
- Sviluppo della capacità di ascolto attivo per comprendere le esigenze degli stakeholder e integrare le loro istanze nelle strategie comunicative.

Capacità di apprendimento

- Capacità di indirizzare la propria formazione in maniera più mirata in conseguenza di una maggiore comprensione delle funzioni comunicative all'interno delle organizzazioni.
- Sviluppo di abilità di monitoraggio e analisi continua dell'ambiente aziendale e sociale per anticipare cambiamenti e opportunità.
- Capacità di comprensione e apprendimento dal contesto socio-economico quotidiano attraverso lo sviluppo di una prospettiva più profonda sui pervasivi fenomeni comunicativi.
- Abilità di applicare e integrare diversi approcci teorici per una comprensione olistica delle imprese e della comunicazione, favorendo lo sviluppo di un pensiero critico e adattivo.

Contenuti sintetici

Il corso intende fornire conoscenze teoriche e pratiche sulla gestione della comunicazione d'impresa, relativamente alle diverse necessità comunicative: istituzionale, finanziaria, organizzativa e di marketing. Verrà fornito un quadro concettuale e metodologico della comunicazione d’impresa approfondendo, da un lato, l’evoluzione dei bisogni e dei contenuti della comunicazione in rapporto allo sviluppo organizzativo; dall’altro, gli sviluppi della comunicazione nelle relazioni delle organizzazioni con i loro ambienti.

Programma esteso

- Introduzione all'impresa.
- Culture nelle organizzazioni.
- Cultura e comunicazione.
- Total corporate communication.
- Strutture di comunicazione interne ed esterne all'impresa.
- Comunicazione istituzionale.
- Comunicazione in situazioni di crisi.
- Responsabilità sociale dell’impresa.
- Public affairs & Lobbying.
- Comunicazione organizzativa.
- Comunicazione di marketing.
- Comunicazione economico-finanziaria.
- Pianificazione della comunicazione.

Prerequisiti

Nessuno in particolare. Una buona conoscenza dei fondamenti della Psicologia del lavoro e delle organizzazioni consente una fruizione più consapevole dei contenuti del corso.

Metodi didattici

Il corso prevede 28 lezioni da 2 ore svolte in presenza.

La maggioranza delle lezioni sarà in modalità erogativa. Oltre alle lezioni frontali, parte della didattica avviene tramite la discussione guidata di articoli scientifici, casi (*case studies*) e filmati.
Il materiale (slide delle lezioni e, quando possibile, articoli scientifici) viene reso disponibile sul sito e-learning del corso dopo la relativa lezione, affinché sia fruibile anche dagli studenti non-frequentanti.
Verranno inoltre proposti alcuni lavori di gruppo – su base volontaria e da realizzare nel corso del semestre – sulle tematiche trattate durante il corso. Ai diversi gruppi sarà data la possibilità di presentare a lezione e di discutere i loro lavori con il docente e con i compagni. Di conseuenza le ultime lezioni del corso saranno svolte in modalità interattiva, in un numero che dipende da quanti gruppi parteciperanno.
Il corso è erogato in lingua italiana.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L’esame è scritto con orale obligatorio.
Lo scritto consiste in 30 domande chiuse. La sufficienza allo scritto permette di accedere all'orale che si tiene, di norma, il giorno stesso dello scritto. L'esame scritto valuta la conscenza minima dei concetti e degli argomenti del corso. L'orale è volto ad accertare l’effettiva acquisizione delle conoscenze teoriche e la relativa capacità di applicarle alla realtà.

Gli studenti internazionali possono sostenere l'esame scritto e orale in inglese.

La partecipazione alle attività facoltative (lavori di gruppo) concorre alla valutazione. I lavori realizzati e le relazioni individuali ad essi relativi vengono valutate dal docente e vanno ad integrare la valutazione della prova scritta.

Non sono previste prove *in itinere*.

Criteri di verifica e soglie di valutazione:

30 e lode: prova eccellente, sia nelle conoscenze che nell'articolazione critica ed espressiva.
30: prova ottima; conoscenze complete, ben articolate ed espresse correttamente, con alcuni spunti critici.
27-29: prova buona; conoscenze esaurienti e soddisfacenti; espressione sostanzialmente corretta.
24-26: prova discreta; conoscenze presenti nei punti sostanziali, ma non esaurienti e non sempre articolate con correttezza.
21-23: prova sufficiente; conoscenze presenti in modo talvolta superficiale, ma il filo conduttore generale risulta compreso. Espressione e articolazione sono lacunose e spesso non appropriate.
18-21: prova appena sufficiente; conoscenze presenti ma superficiali; il filo conduttore non è compreso con continuità. L'espressione e l'articolazione del discorso presentano lacune anche rilevanti.

Testi di riferimento

Pastore, A. & Vernuccio, M. (2008). *Impresa e Comunicazione. Principi e strumenti per il management*. Apogeo (2a ed.).

I capitoli tema di esame saranno indicati a lezione e pubblicati su e-elearning.

Eventuali ulteriori libri, articoli o altri materiali di approfondimento verranno comunicati a lezione e inseriti sulla piattaforma e-learning.
Le slide fanno parte del programma d'esame.

Sustainable Development Goals

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI