



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Integrated Financial Communication

2526-2-F7702M074

Area di apprendimento

Comunicazione d'impresa

Obiettivi formativi

L'obiettivo di Integrated Financial Communication (8 CFU) è rappresentato dall'analisi del ruolo della corporate communication e delle sue interazioni con le altre funzioni aziendali, esaminando aspetti della dinamica finanziaria e non finanziaria, anche alla luce della sua evoluzione ai trend ambientali che da tempo connotano i mercati. Infatti, l'intensificarsi della pressione competitiva globale, la sostenibilità, e la diffusione delle tecnologie digitali hanno accresciuto sensibilmente l'importanza del corporate communication all'interno delle imprese. Tutti questi elementi forniscono gli strumenti per valutare i ritorni dagli investimenti in corporate communication e, infine, il contributo della comunicazione alla creazione di valore dell'azienda.

I principali obiettivi sono:

- Sviluppare una conoscenza della corporate communication sia dal punto di vista teorico che da quello pratico
- Saper distinguere le peculiarità della comunicazione e il suo contributo per la generazione di valore per l'impresa
- Saper riconoscere gli effetti della globalizzazione, sostenibilità ed evoluzione digitale sulla strategia di comunicazione
- Comprendere i principi di base della corporate communication

In relazione ai Descrittori di Dublino, gli obiettivi formativi mirano a far sì che gli studenti possano acquisire:

1. Conoscenza e capacità di comprensione: conoscenze e capacità di comprensione che estendono e/o rafforzano quelle di gestione aziendale orientata al mercato e consentono di elaborare e/o applicare idee originali di corporate communication;
2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate: gli studenti saranno capaci di applicare le loro conoscenze, capacità di comprensione e abilità nella corporate communication apprese durante il corso, a tematiche nuove o non familiari, inserite in contesti più ampi (o interdisciplinari) connessi sempre alla

corporate communication ;

3. Autonomia di giudizio: abbiano la capacità di integrare le conoscenze in corporate communication elencate sopra per gestire la complessità, nonché per formulare giudizi sulla base di informazioni limitate o incomplete;
4. Abilità comunicative: sappiano comunicare in modo chiaro e privo di ambiguità le loro conclusioni di analisi del mercato, nonché le conoscenze e la ratio ad esse sottese, a una molteplicità di interlocutori;
5. Capacità di apprendere: abbiano sviluppato quelle capacità di apprendimento che consentano loro di continuare a monitorare e reperire informazioni e dati di aggiornamento per lo più in modo auto-diretto o autonomo.
In termini di Conoscenze, Abilità e Competenze, gli obiettivi sono di raggiungere un certo livello di preparazione, nell'ambito degli argomenti di corporate communication dianzi citati, livello da articolarsi in termini di:
 6. Conoscenze: conoscenze di corporate communication.
 7. Abilità: Abilità orientate alla soluzione di problemi di gestione delle strategie di corporate communication, al fine di sviluppare conoscenze nuove e integrare la conoscenza ottenuta in ambiti diversi.
 8. Competenze: Saper gestire contesti di lavoro o di studio.

Contenuti sintetici

Il corso approfondisce i temi fondamentali della finanza aziendale nella gestione competitiva delle imprese orientate al mercato. In particolare sono approfonditi i temi della comunicazione finanziaria e non finanziaria, dell'articolazione dei flussi informativi, dell'analisi e della pianificazione finanziaria, della valutazione degli investimenti e dei finanziamenti, delle scelte di struttura finanziaria.

Il corso vuole analizzare il ruolo della comunicazione finanziaria e non finanziaria e della finanza aziendale e le loro interazioni con le altre funzioni aziendali. Inoltre, si propone di esaminare la dimensione competitiva della finanza aziendale, anche alla luce della globalizzazione che da tempo connota i mercati.

Il corso si prefigge di fornire sia una buona conoscenza teorica e pratica delle strategie di comunicazione finanziaria e non finanziaria e di finanza aziendale, e analizza la dimensione strategica delle decisioni di gestione finanziaria.

Programma esteso

- I mercati finanziari
- Le crisi finanziarie
- I principi OCSE di Corporate Governance
- La comunicazione finanziaria e non finanziaria
- La comunicazione ESG
- La CSR
- Gli strumenti di comunicazione finanziaria e non finanziaria
- Forecast e proiezioni

- La comunicazione degli intangibles
- Gli investor relator: ruolo e prerogative
- Gli analisti finanziari: ruolo e prerogative
- L'informazione economico-patrimoniale-finanziaria
- L'informazione relativa al business aziendale
- L'analisi finanziaria (struttura, investimenti, finanziamenti)

Prerequisiti

- Conoscenze di base relative alla comunicazione d'impresa
- Conoscenze relative all'economia aziendale

Metodi didattici

L'insegnamento viene impartito ricorrendo a due modalità didattiche:

- 16 lezioni da 3 ore (ad eccezione dell'ultima lezione, della durata di 2 ore) svolte in modalità erogativa che può coinvolgere gli studenti in modo interattivo nella parte finale;
 - 3 lezioni da 3 ore svolte in modalità interattiva.
- Le lezioni saranno svolte principalmente in presenza; 5-6 lezioni potranno essere impartite da remoto.

Lingua di insegnamento: Italiano

Periodo di erogazione dell'insegnamento: secondo semestre

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso sarà possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione e sul materiale bibliografico di approfondimento indicato durante il corso.

La prova scritta sarà suddivisa in domande aperte (esposizione e comprensione di argomenti trattati a lezione o nel materiale bibliografico indicato) e test a risposta chiusa (per il controllo della preparazione sul programma d'esame).

Negli appelli ufficiali, l'esame è svolto in forma di colloquio orale sulla bibliografia indicata alla pagina del corso per verificare la conoscenza degli argomenti e la capacità di riflessione su punti critici del programma.

Testi di riferimento

- Hillier David, Ross Stephen, Westerfield Randolph, Jaffe Jeffrey, Bradford Jordan, Corporate Finance, McGraw Hill Education, 2^ edizione (italiana), 2015, parti 1^ e 2^ (escl. cap. 8) e capitoli 14, 15 e 16.
- Guidara Francesco, La comunicazione finanziaria, Egea, Milano, 2011
- OECD, ESG Investing: Practices, Progress and Challenges (pagg. 1-67)
<https://www.oecd.org/finance/ESG-Investing-Practices-Progress-Challenges.pdf>

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
