UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Lingua dei media e comunicazione istituzionale

2627-1055-GIAPP-ISTITUZIONALE

Titolo

Samurai, manager e media: navigare la cultura e la comunicazione giapponese nel mondo globale

Argomenti e articolazione del corso

Il corso esplora la comunicazione, la cultura aziendale e i media giapponesi nel contesto globale attraverso un approccio interdisciplinare. Si articola in 10 moduli tematici ognuno di 2 h.

Obiettivi

- Comprendere il ruolo della cultura giapponese nella comunicazione e nel business.
- Analizzare le differenze tra la comunicazione giapponese e quella occidentale.
- Applicare strategie di comunicazione interculturale.
- Acquisire strumenti pratici per operare in un contesto lavorativo giapponese o internazionale.

Metodologie utilizzate

Il corso adotta un approccio pratico e interattivo, con:

- Case studies su aziende giapponesi e situazioni lavorative reali.
- Role-playing e simulazioni per sperimentare dinamiche comunicative.

- Analisi di video, articoli e materiali autentici per un’immersione diretta.
- Lavoro in team su progetti di comunicazione interculturale.
- Incontri con esperti e professionisti per un confronto diretto con il mondo del lavoro.

Materiali didattici (online, offline)

Gli studenti avranno accesso a:

- Slide e materiali digitali.
- Articoli accademici e letteratura scientifica.
- Estratti di testi in giapponese (con traduzione/commento).
- Video, documentari e case studies su aziende giapponesi.

Programma e bibliografia

PROGRAMMA

1. Dai samurai ai manager – Influenze filosofiche e culturali sulle aziende giapponesi.
2. Dal mondo accademico al lavoro – Riti di passaggio, assunzioni e cultura del lavoro.
3. Saper leggere l’aria – Comunicazione implicita, networking e codici sociali.
4. Kaizen, miglioramento continuo – Filosofie aziendali giapponesi.
5. Le riunioni in Giappone – Struttura e dinamiche del processo decisionale aziendale giapponese.
6. Business etiquette giapponese – Pratiche fondamentali della comunicazione aziendale.
7. Storytelling e comunicazione– Tecniche di narrazione nel business.
8. Media giapponesi – Storia ed evoluzione della stampa e dei media digitali.
9. Event management– Differenze culturali nella gestione degli eventi tra Italia e Giappone.
10. Cambiamenti in atto – Evoluzione culturale e comunicativa post-pandemia.

BIBLIOGRAFIA

- Kiyoshi Matsumoto, Japan unmasked: understanding Japan and its people
- Parissa Haghirian, Successful Cross-Cultural Management: A Guidebook for International Managers (The International Business Collection)
- Hofstede, G., Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations
- Erin Meyer, La mappa delle culture. Come le persone pensano, lavorano e comunicano nei vari paesi
- Hampden-Turner, C., Trompenaars, F., Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business
- Inoue, M., Japanese Business Culture and Practices, a guide to twenty-first century Japanese Business
- Nonaka, I., Takeuchi, H., The Knowledge-Creating Company. How Japanese companies create the dynamics of innovation
- Lebra, T.S., Japanese Patterns of Behavior
- Clammer, J., Contemporary urban Japan: a sociology of consumption
- Marcella Mariotti, Giapponese per il business
- Testi accademici e articoli aggiornati su cultura, comunicazione, e business giapponese.

Modalità d'esame

L’esame consisterà in:

Un progetto pratico di gruppo (50%)
Un test scritto con domande teoriche e pratiche (30%)
Una presentazione individuale su un case study di AI applicata alla comunicazione (20%)
La valutazione terrà conto anche della partecipazione attiva alle attività di laboratorio.

Orario di ricevimento

Durata dei programmi

Cultori della materia e Tutor

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ