

Teoria e tecnica della comunicazione aziendale: introduzione al corso

Laura Gavinelli
laura.gavinelli@unimc.it

Facoltà di Economia
Università degli Studi di Macerata

.... Cos'è la comunicazione aziendale?



.... Aspettative sul corso?

Obiettivi e programma

Corso : 9 CFU, 60 ore

Obiettivi: Il corso si propone di affrontare il tema del governo della comunicazione di impresa dal punto di vista teorico, degli strumenti manageriali e delle tecniche operative.

Programma:

- Il governo dell'impresa: il ruolo della comunicazione
- Le aree della comunicazione d'impresa
- Comunicazione e valore nelle politiche di branding
- Il communication mix
- La pianificazione, l'organizzazione e il controllo della comunicazione
- La gestione della comunicazione in una logica di multicanalità

Aule e orari

Giorni	Orari	Aule
M 24.2.10 G 25.2.10 V 26.2.10	17.00-19.00 11.00-13.00 e 17.00-19.00 9.00-11.00 e 14.00-16.00	AULA D AULA CL03 LAB. VICARELLI
M 10.3.10 G 11.3.10 V 12.3.10	17.00-19.00 11.00-13.00 e 17.00-19.00 9.00-11.00 e 14.00-16.00	AULA D AULA CL03 LAB. VICARELLI
M 24.3.10 G 25.3.10 V 26.3.10	17.00-19.00 11.00-13.00 e 17.00-19.00 9.00-11.00 e 14.00-16.00	AULA D AULA CL03 LAB. VICARELLI
M 14.4.10 G 15.4.10 V 16.4.10	17.00-19.00 11.00-13.00 e 17.00-19.00 9.00-11.00 e 14.00-16.00	AULA D AULA CL03 LAB. VICARELLI
M 28.4.10 G 29.4.10 V 30.4.10	17.00-19.00 11.00-13.00 e 17.00-19.00 9.00-11.00 e 14.00-16.00	AULA D AULA CL03 LAB. VICARELLI
M 12.5.10 G 13.5.10 V 14.5.10	17.00-19.00 11.00-13.00 e 17.00-19.00 9.00-11.00 e 14.00-16.00	AULA D AULA CL03 LAB. VICARELLI

Didattica

- Lezioni frontali
- Lavori di gruppo (in aula e a casa)
- Case studies
- Testimonianze aziendali



Testi da studiare (integrali)

- Pastore A., Vernuccio M., Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management, Apogeo, Milano, 2008
- Ricotta F., Marketing multicanale, Pearson Prentice Hall, Milano, 2009

Valutazione

- Esame scritto
(orale facoltativo ad integrazione dello scritto)
- Ricevimento studenti: tutti i giovedì delle settimane di lezione, alle ore 18.00
(previo appuntamento con il docente. Per contatti: laura.gavinelli@unimc.it)

Lungo il corso...

- Monitoriamo la comunicazione di un soggetto nel tempo
 - Soggetto: privato, pubblico, individuale, collettivo
 - Comunicazione: contenuti, obiettivi, media, modalità, destinatari, impatto, evoluzione nel tempo
 - Lavoro a gruppi, raccolta e analisi materiale, con presentazione finale dei risultati (rassegna stampa)