

SOCIAL MEDIA COMMUNICATION

6 CFU – Insegnamento a scelta

Prof. MATTEO SPADA

PREREQUISITI

NESSUNO

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone di illustrare:

- 1) Principi e requisiti della comunicazione aziendale
- 2) Le varie forme di comunicazione aziendale
- 3) Obiettivi e strumenti della comunicazione aziendale

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Lo studente al termine del corso avrà acquisito le nozioni base della comunicazione d'impresa, in termini di obiettivi, strategia, strumenti

PROGRAMMA

1. Concetto e funzioni della comunicazione aziendale
2. Processo di comunicazione aziendale
3. I destinatari della comunicazione aziendale
4. I fini della comunicazione aziendale
5. I principi della comunicazione aziendale
6. La manipolazione ed il falso in comunicazioni aziendali
7. La comunicazione istituzionale
8. Crisis management
9. La comunicazione organizzativa
10. Brand management – brand portfolio – marca e strategia, marca commerciale
11. Communication mix – advertising
12. Communication mix – relazioni pubbliche, promozioni
13. Tendenze emergenti nel communication mix – la comunicazione digitale
14. E-commerce e social media
15. Ricerche per la comunicazione di marketing (e analisi dei feedback)
16. Il piano di comunicazione
17. Il piano di marketing
18. Etica e bilancio sociale

MODALITÀ DI INSEGNAMENTO

Lezione frontale e casi di studio

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Esame orale

ATTIVITÀ DI SUPPORTO/OPTIONAL ACTIVITIES

Esperienze pratiche e tirocini formativi

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

- G. Rossi *La comunicazione aziendale*, F. Angeli, ultima edizione.
- P. Kotler, *Principi di marketing*, Pearson, ultima edizione
- A. Pastore - M. Vermuccio, *Impresa e comunicazione*, Apogeo, ultima edizione.