



| | |
|---|--|
| Denominazione | NEW MEDIA COMMUNICATION |
| Moduli componenti | |
| Settore scientifico-disciplina re | SECS-P08 |
| Anno di corso e semestre di erogazione | 3°anno , 2°semestre |
| Lingua di insegnamento | |
| Carico didattico in crediti formativi universitari | 6 |
| Numero di ore di attività didattica frontale | 36 |
| Docenti | Matteo Spada |
| Risultati di apprendimento specifici | <p>Al termine del percorso di studio lo studente avrà le conoscenze di base per: definire i modelli della comunicazione aziendale e le aree di pertinenza: dalla diffusione alla creazione del valore; analizzare il processo di comunicazione, ripercorrendo le tre fasi di cui si compone: ricerca, programmazione, valutazione; suddividere le quattro aree di cui si compone la comunicazione aziendale e analizzarne gli strumenti e gli obiettivi.</p> <p>Attraverso le nozioni acquisite, lo studente sarà in grado di capire e approfondire le dinamiche della comunicazione interpersonale e il ruolo comunicativo della struttura fisica, le relazioni pubbliche.</p> <p>Al termine del percorso di studio lo studente avrà acquisito la capacità di effettuare un'autonoma valutazione dei cambiamenti nella comunicazione in ambito aziendale, grazie all'avvento dei nuovi strumenti tecnologici.</p> <p>Al termine del corso lo studente sarà in grado di esprimere in modo efficace le conoscenze</p> |
| Programma | <ul style="list-style-type: none">● La comunicazione aziendale: il processo e la pianificazione● Gli strumenti della comunicazione aziendale● Il ruolo della pubblicità● Il direct marketing● La pianificazione dei mezzi● Le relazioni pubbliche● La promozione delle vendite● Le aree della comunicazione aziendale● La comunicazione istituzionale● La comunicazione gestionale● La comunicazione economico-finanziaria● La comunicazione commerciale |
| Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento | Lezioni frontali. Durante le lezioni sarà portata particolare attenzione al dialogo con gli studenti, che potranno rispondere ai temi di discussione proposti o formulare richieste di approfondimento o dibattito attraverso l'analisi di casi di studio. |
| Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento | L'esame è svolto in forma orale, ha una durata indicativa di 30 minuti e prevede almeno cinque domande relative all'intero programma che verteranno sia sugli aspetti tecnici che sulla capacità di fornire analisi e valutazioni inerenti le dinamiche descritte e discusse a lezione. |
| Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale | La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi. Ogni domanda apporta ugual peso nella formulazione del voto finale. |



UNIVERSITÀ

LUM

GIUSEPPE
DEGENNARO

a.a. 2022-2023

| | |
|---|---|
| Propedeuticità | Non sono previste propedeuticità |
| Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato | Elisabetta Corvi. 'La comunicazione aziendale, obiettivi, tecniche e strumenti', EGEA, (ultima edizione). |