

Executive Corporate
Communication

**Corporate Communication
& Reputation Management**

**Corporate Communication
& Stakeholder Management**

Formula Weekend

I Edizione / 2017 - 2018



LUISS Business School è accreditata EQUIS (EMFD Quality Improvement System).

**COMPANY WITH
QUALITY SYSTEM
CERTIFIED BY DNV GL
= ISO 9001 =**

Il Sistema di Qualità LUISS Business School è certificato UNI EN ISO 9001 - Settore EA: 37 - 35 (attività di consulenza direzionale).



LUISS Business School è struttura accreditata presso la Regione Lazio per le attività di formazione e orientamento.

ASFOR
SOCIO ORDINARIO

LUISS Business School è socio ASFOR (Associazione Italiana per la Formazione Manageriale).



LUISS Business School è Registered Education Provider (R.E.P.) del PMI (Project Management Institute).
The PMI Registered Education Provider logo is a registered mark of the Project Management Institute, Inc.

In un mondo che cambia velocemente ogni azienda riscontra un'inderogabile esigenza: comunicare adeguatamente e con visione strategica avendo come obiettivo il parlare a tutti gli stakeholder.

La comunicazione corporate, le relazioni con i media, i nuovi media, la comunicazione interna, i rapporti con la comunità finanziaria, le relazioni istituzionali, la comunicazione di crisi, la responsabilità sociale sono tutti aspetti che rientrano nel raggio d'azione del professionista di oggi. Il comunicatore oggi deve aggiornarsi, cogliere le opportunità derivanti dalle nuove tecnologie, rispondere alle esigenze che emergono dalla società per poterla capire e interpretare.

DESTINATARI

Il programma si rivolge a:

- **high potential o middle manager del mondo della comunicazione che vogliono innovare e approfondire le proprie competenze**
- **professionisti che vogliono reinventarsi e lavorare nel campo della comunicazione integrando il loro bagaglio di competenze core**

OBIETTIVI

Il programma intende fornire gli strumenti e le competenze necessarie per:

- **inquadrare il contesto nel quale operano le organizzazioni**
- **individuare le proxy di cambiamento significative ed i challenge da affrontare**
- **circondarsi delle risorse giuste per prepararsi ai nuovi scenari e saperle utilizzare con una logica integrata e multiplatforma**
- **identificare la chiave di lettura più efficace per raccontare ciò che sta avvenendo agli stakeholder interni ed esterni**
- **rafforzare la visione strategica, l'integrazione delle capacità, l'accreditamento interno e la trasparenza**



Direttore del Programma

GIANLUCA COMIN

Docente di Strategie di Comunicazione presso l'Università LUISS Guido Carli; fondatore della Comin & Partners, studio di consulenza strategica, comunicazione, lobbying e reputation management; Giornalista professionista, ha rivestito incarichi di rilievo in aziende private e pubbliche tra cui Enel, Telecom e Montedison.



Faculty

PATRIZIA ASPRONI
Presidente, Confcultura

ALBERTO CASTELVECCHI
Adjunct Professor, LUISS Business School

VITTORIO CINO
EU Public Affairs Europe, Coca Cola

GIANLUCA COMIN
Docente di Strategie di Comunicazione, LUISS; Founder Comin & Partners

SILVIA DE BLASIO
Direttore Relazioni Media e Comunicazione Corporate, Vodafone

ELENA DI GIOVANNI
Partner e Communication Strategist, Comin & Partners

ALBERTO DI MAJO
Giornalista, Il Tempo; Saggista

IVAN DOMPÉ
Direttore Comunicazione Istituzionale, Telecom Italia

ANTONIO FUNICIELLO
Capo dello Staff del Presidente del Consiglio

GIANLUCA GIANSANTE
Docente di comunicazione politica, LUISS; Partner, Comin & Partners

STRUTTURA

EXECUTIVE CORPORATE COMMUNICATION

4 | 8 | 60
MODULI | INCONTRI | ORE



1	
CORPORATE COMMUNICATION	
2	15
INCONTRI	ORE

2	
MEDIA RELATIONS	
2	15
INCONTRI	ORE

3	
REPUTATION & BRAND MANAGEMENT	
2	15
INCONTRI	ORE

CORPORATE COMMUNICATION & REPUTATION MANAGEMENT

8 | 16 | 120
MODULI | INCONTRI | ORE



4	
SOCIAL E DIGITAL COMMUNICATION	
2	15
INCONTRI	ORE

5	
CRISIS COMMUNICATION MANAGEMENT	
2	15
INCONTRI	ORE

6	
TRASPARENZA E OPACITÀ IN BORSA: COMUNICARE LE QUOTATE	
2	15
INCONTRI	ORE

CORPORATE COMMUNICATION & STAKEHOLDER MANAGEMENT

8 | 16 | 120
MODULI | INCONTRI | ORE



7	
CULTURA E COMUNICAZIONE	
2	15
INCONTRI	ORE

8	
PUBLIC SPEAKING	
2	15
INCONTRI	ORE

9	
DATA E PLATFORM MANAGEMENT	
2	15
INCONTRI	ORE

10	
COMUNICAZIONE POLITICA & SOFT POWER	
2	15
INCONTRI	ORE

11	
CSR E STAKEHOLDER MANAGEMENT	
2	15
INCONTRI	ORE

12	
GRASSROOTS, ADVOCACY E LOBBYING INDIRETTO	
2	15
INCONTRI	ORE

VANTAGGI

Il programma consente di individuare e sviluppare le competenze necessarie e i job requirement utili alla formazione di profili professionali altamente qualificati, in linea con le nuove esigenze di mercato trovando risposte alle seguenti domande:

- **quali sono le skill che un comunicatore d'azienda deve avere nei contesti organizzativi moderni per essere una reale ed efficace fonte di vantaggio competitivo?**
- **quali sono le sfide su cui ogni comunicatore deve focalizzare la propria visione e quella dell'azienda?**

PROGRAMMA

1 Corporate Communication

Azionisti e aziende: ruoli e interazioni alla prova del mercato

Mercati e media: le reciproche influenze

Il processo di quotazione: piani e strategie di comunicazione

La comunicazione istituzionale

Come si comunica: nuovi trend

Dove si comunica: scenari e metodi di planning

Come analizzo il ritorno: media monitor

2 Media Relations

Il sistema dei Media nella società contemporanea

Strategia e strumenti per la gestione della comunicazione

Scrittura digitale, creativa, e consapevole

La misurazione dei risultati

Dall'informazione alla narrazione

La TV nell'era di Internet

3 Reputation & Brand Management

La dialettica tra comunicazione e marketing

Lo Storytelling

Come si usa la consulenza di un'agenzia di comunicazione

La reputazione

La misurazione del ROI delle attività di comunicazione

Il futuro per i brand tra media tradizionali e digitali

4 Social e Digital Communication

Data networks

Crowdjournalism

La user experience al centro della comunicazione e dei progetti digital

Fondamenti di giornalismo digitale

Ascoltare la rete

I dati come punto di partenza per lo storytelling

Reputation Monitor

5 Crisis Communication Management

Fenomenologia e tipologie di crisi

Crisis Communication Management

La comunicazione di una calamità naturale

Gestire i rapporti istituzionali durante una crisi

Crisi e reputazione

Case History – Comunicare il Vaticano

6 Trasparenza e opacità in Borsa: comunicare le quotazioni

Mercati e regolamentazione

Comunicazione, flussi informativi e dinamiche di Borsa

La comunicazione finanziaria obbligatoria

La comunicazione finanziaria in un gruppo bancario

Comunicare una multinazionale

La nuova frontiera: reputazione e comunicazione digitale

La comunicazione nell'ambito del processo di IPO

L'importanza della comunicazione delle società quotate: il ruolo dell'IR

MARCO GIRELLI

CEO, Omnicom Media Group;
Vice Presidente, Assocom

PAOLO IAMMATTEO

Responsabile Comunicazione, Gruppo Poste Italiane

PAOLA MASCARO

Direttore Comunicazione e Public Affairs, General Electric Italia & Avio Aero

LORENZA PIGOZZI

Direttore Comunicazione, Gruppo Mediobanca

MANLIO PISU

Responsabile Ufficio Stampa, CONSOB

RAOUL ROMOLI VENTURI

Direttore Comunicazione e Pubbliche Relazioni, Ferrero

PATRIZIA RUTIGLIANO

Executive Vice President of Government Affairs, Corporate Social Responsibility & Communication, Snam S.p.A

LUISS Business School – Villa Blanc
Via Nomentana 216 – 00162 Roma

Venerdì: 10.00 – 19.00

Sabato: 9.00 – 17.00



Costi

Percorsi

Executive Corporate Communication

COD. Z1254

→ € 5.000,00 + IVA 22%

Corporate Communication & Reputation Management

COD. Z1255

→ € 10.000,00 + IVA 22%

Corporate Communication & Stakeholder Management

COD. Z1256

→ € 10.000,00 + IVA 22%

Singolo modulo

→ € 1.500,00 + IVA 22%



Agevolazioni

Sono previste le seguenti riduzioni sulle quote di partecipazione (non cumulabili con altre riduzioni):

- **10%** per i **laureati LUISS** e per i partecipanti che hanno già frequentato un corso **LUISS Business School**
- **20%** per le richieste di iscrizione pervenute alla Segreteria almeno **60 giorni prima** della data di inizio del corso
- **5%** per le richieste di iscrizione pervenute alla Segreteria almeno **30 giorni prima** della data di inizio del corso
- **15% per l'acquisto simultaneo** di più moduli (la riduzione è applicata su ogni quota)
- **10% per le aziende** che iscriveranno 2 o più partecipanti



Per approfondimenti,
visita il sito del programma

7 Cultura e Comunicazione

Strategie di comunicazione culturale

Come si costruisce una mostra

Fundraising 4.0, imprese e cultura

Il marketing culturale

Il racconto dell'evento culturale

La cultura in TV

Il digitale a sostegno della promozione culturale

Cultura: il rapporto pubblico - privato

Horizon 2020: per una visione europea della cultura

8 Public Speaking

La comunicazione non verbale

La comunicazione efficace

L'uso della parola e i "mattoni" della comunicazione efficace

Coinvolgere il pubblico con la Leadership Conversazionale

La gestione delle domande

Le aggressioni verbali

9 Data e Platform Management

Il panorama del Data Platform Management

I Social Media e le logiche di comunicazione corporate

Google come intermediatore di comunicazione

Post verità e sistemi di indicizzazione

I dati digitali proprietari: algoritmi, data lake e DMP

Piattaforme live

10 Comunicazione Politica & Soft Power

Dalla retorica ai social: il marketing politico

Anticamera del potere: i meccanismi di gestione delle decisioni politiche

Il linguaggio politico

Comunicare le istituzioni e le decisioni economiche

Comunicazione politica e web

Rete, democrazia e webeti

Comunicazione e TV

11 Corporate Social Responsibility e Stakeholder Management

Introduzione alla CSR: principi ed elementi fondanti

Gli Stakeholder: analisi dei portatori di interesse interni ed esterni

Normativa e codice etico: gli elementi fondanti della responsabilità sociale d'impresa

Rapporto impresa e terzo settore

Il Piano di Corporate Social Responsibility

12 Grassroots, Advocacy e Lobbying indiretto

Strategie di Grassroots Advocacy e Lobbying indiretto

La Grassroots Advocacy digitale

Il Lobbying indiretto e il contesto legislativo

L'Advocacy delle associazioni dei consumatori

Il movimento ambientalista e la creazione del consenso dal basso

ISCRIZIONE

MODALITÀ DI ISCRIZIONE

L'iscrizione al corso si perfeziona **inviando all'indirizzo e-mail** segreteriaexecutiveedu@luiss.it la **scheda di iscrizione** (scaricabile dal sito www.businessschool.luiss.it) debitamente compilata e sottoscritta.

Per le iscrizioni ai percorsi Corporate Communication & Reputation Management e Corporate Communication & Stakeholder Management è possibile rateizzare l'importo in **3 tranches** secondo il seguente schema:

- **I rata: 50%** della quota di partecipazione, secondo il calendario comunicato da LUISS Business School

- **II rata: 30%** della quota di partecipazione, secondo il calendario comunicato da LUISS Business School

- **III rata: 20%** della quota di partecipazione, secondo il calendario comunicato da LUISS Business School

RECESSO

→ Il candidato potrà recedere dal contratto senza corrispondere alcuna penale **entro e non oltre i 15 giorni di calendario anteriori la data di inizio del Corso/Percorso**, comunicando la decisione del recesso via **e-mail** seguita da **lettera raccomandata** con avviso di ricevimento ed indirizzata a: LUISS Business School - divisione LUISS Guido Carli - Via Nomentana, 216 - 00162 Roma.

→ È, inoltre, consentita la facoltà di recedere dal contratto, **corrispondendo una penale pari al 50%** della Quota, comunicando la decisione del recesso con le medesime modalità sopra descritte **entro e non oltre i 5 giorni di calendario anteriori la data di inizio del Corso/Percorso**. In tali casi LUISS Business School provvederà a restituire l'importo della Quota versata per cui sia eventualmente dovuto il rimborso ai sensi di quanto previsto dai precedenti periodi entro i 60 giorni successivi alla data in cui LUISS Business School avrà avuto conoscenza dell'esercizio del recesso.

→ In aggiunta al diritto di recesso previsto nel precedente capoverso, in caso di sottoscrizione del contratto da parte di persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, è consentita, ai sensi del d. lgs. n. 206/2005, la facoltà di recesso **senza dover corrispondere alcuna penale** e senza dover fornire alcuna motivazione **entro il quattordicesimo giorno successivo alla sua conclusione**.

Per esercitare tale diritto, il candidato è tenuto a far pervenire, entro il medesimo termine, alla LUISS Business School - divisione LUISS Guido Carli - Via Nomentana, 216 - 00162 Roma - a mezzo **lettera raccomandata A/R**, una espressa dichiarazione contenente la volontà di recedere dal contratto. A tal fine il recedente potrà utilizzare il modulo tipo, non obbligatorio, di recesso allegato alla presente brochure.

In caso di recesso validamente esercitato, LUISS Business School provvederà a rimborsare al candidato la somma da questi versata entro il quattordicesimo giorno successivo alla data in cui LUISS Business School avrà avuto conoscenza dell'esercizio del recesso. Detti rimborsi saranno effettuati utilizzando lo stesso mezzo usato dall'interessato per il pagamento. In ogni caso, l'interessato non dovrà sostenere alcun costo quale conseguenza del rimborso.



Attestato di frequenza

Al termine del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione a coloro che avranno **frequentato almeno l'80% delle attività di formazione previste dal programma**.

LUISS Business School

Executive Education

Marketing, Sales & Communication

Via Nomentana, 216 - 00162 Roma

T 06 85 222 371

marketingcomunicazione@luiss.it

www.businessschool.luiss.it