

Luiss

Libera Università Internazionale
degli Studi Sociali Guido Carli

Strategie di Comunicazione e Tecniche di Pubblicità

Introduzione al corso. Il ruolo
dell'azienda di fronte alle sfide globali

15 febbraio 2020

LUISS

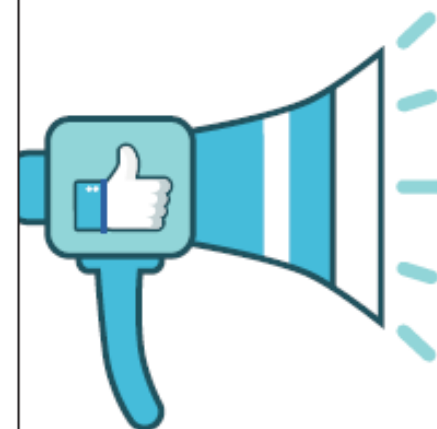


**Comunicazione
integrata
e reputation
management**

a cura di **Gianluca Comin**

LUISS 

Prefazione di **Paolo Boccardelli**



Presentazione del corso

Obiettivi

- Inquadrare i fondamenti della Corporate Communication nel processo decisionale d'impresa
- Analisi del contesto e dei trend per un'efficace comunicazione interna ed esterna
- Comprensione delle tecniche utilizzate dalle imprese per comunicare

Modalità svolgimento della didattica

- Primo modulo

Lezioni frontali di stampo teorico, in cui verrà affrontato il tema del governo della comunicazione d'impresa, degli strumenti manageriali e delle tecniche operative, attraverso la definizione delle principali dottrine, dei modelli e processi più diffusi nella pratica aziendale.

- Secondo modulo

Lezioni frontali con testimonianze e laboratori, con l'obiettivo di sviluppare delle abilità nell'elaborazione di un piano di comunicazione e nella selezione dei mezzi più appropriati per il perseguimento della strategia aziendale.

- Testimonianze durante il corso

Focus su casi concreti presentati da professionisti della comunicazione.

Materiale didattico

Testo di riferimento

Comin G. "Comunicazione integrata e reputation management". LUISS Press, 2019.

Testi consigliati

- Comin G. "L'impresa oltre la crisi. Per una gestione efficace della reputazione aziendale" Marsilio, 2016.
- Comin G. , Speroni D. "2030: La tempesta perfetta. Come sopravvivere alla Grande Crisi" Rizzoli, Milano, 2012.

Il materiale didattico e le letture integrative costituiscono oggetto di valutazione all'esame scritto e orale.

Oltre al testo di riferimento, sono previste le testimonianze ed il relativo materiale sarà disponibile sulla pagina del corso successivamente alla lezione.

Criteri e metodi di valutazione

Frequenza del corso obbligatoria

Prova intermedia in forma scritta

Data della prova intermedia: **24 marzo 2020**

La prova intermedia contribuirà per il 50% al voto finale. Il metodo di valutazione sarà strutturato come di seguito:

- domande a risposta multipla;
- (eventuali) domande miste;
- una domanda a risposta aperta.

Esame finale in forma orale

L'esame orale avrà ad oggetto l'intero programma nel caso in cui la prova intermedia non sia superata.

Informazioni sulla cattedra, ricevimento e altre richieste

Collaboratori di cattedra

Dott.ssa **Sara Mazzezza** – mazzezza.sara@yahoo.it – smazzezza@luiss.it

Dott. **Antonio Vella** – antonio.vella@outlook.com

Dott.ssa **Elisa Russo** – elisa.russo@cominandpartners.com

Dott. **Donato Sambugaro** – donato.sambugaro@cominandpartners.com

Dott. **Marco Onorato** – marcoonorato0@gmail.com

Ricevimento e altre richieste

Il Docente e gli assistenti riceveranno gli studenti al termine delle lezioni previa comunicazione al seguente indirizzo:
gcomin@luiss.it

Per qualsiasi richiesta da rivolgere al Professore, mettere sempre in cc i collaboratori di cattedra usando le mail sopra indicate.



Gli studenti iscritti al corso possono ricevere informazioni aggiornate ed utili anche sulla pagina **facebook** **"Strategie di comunicazione e tecniche di pubblicità – Gianluca COMIN"**

Hashtag del corso **#ComUniLuiss**



Per spunti, approfondimenti e curiosità:
Rubrica **"Spin doctor"** su Lettera43.it (offre anche spunti per eventuali tesi)

Agenda delle lezioni (1/3)

Introduzione al corso.

Il ruolo della comunicazione di fronte alle sfide globali

Contesto e scenari di comunicazione

- Introduzione. La comunicazione d'impresa
- Le aree della comunicazione integrata
- La comunicazione istituzionale
- La comunicazione organizzativa
- La comunicazione economico-finanziaria
- Comunicare la sostenibilità aziendale
- Il piano di comunicazione

Agenda delle lezioni (2/3)

Gli strumenti

- Advertising - La pianificazione
- Advertising - La creatività
- Strategie di Branding
- Il Marketing non convenzionale
- Le ricerche di mercato
- Brand Management
- Media Relations
- Sponsorizzazioni
- Eventi

Recap del primo modulo

Pausa didattica e prove intermedie

Agenda delle lezioni (3/3)

Pillole di comunicazione

- Comunicazione digitale
- Social Media
- Public Affairs & Lobby & Advocacy
- Comunicazione Politica
- Comunicazione di Crisi
- CSR
- Comunicazione Culturale
- Editoria e giornalismo
- Public speaking

Recap del secondo modulo

Pausa didattica e prove finali