

Principali informazioni sull'insegnamento			
Denominazione italiana	Lab. di tecniche di comunicazione d'impresa		
Corso di studio	Scienze della comunicazione		
Curriculum			
Crediti formativi	3 CFU		
Denominazione inglese			
Obbligo di frequenza			
Lingua di erogazione	Italiano		
Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail	SSD
	Giuseppe Veronico	g.veronico65@gmail.com	

Dettaglio crediti formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Il semestre
Anno di corso	2017/18
Modalità di erogazione	Test di valutazione con verifica orale finale

Organizzazione della didattica	
Tipo di ore	60 min.
Ore di corso	20 ore
Ore di studio individuale	

Calendario	
Inizio attività didattiche	Da segreteria
Fine attività didattiche	

Syllabus	
Prerequisiti	
Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino)	<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</p> <p>Autonomia di giudizio</p> <p>Capacità di apprendere</p>
Contenuti di insegnamento	<p>Principi, mission e obiettivi della comunicazione interna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondamenti della comunicazione interna: sfide, obiettivi, attori e network • Posizionamento organizzativo: forma specializzata, subordinata, integrata • Comunicazione interna come leva gestionale • HR management e comunicazione interna • Mission del Responsabile Comunicazione Interna <p>Strategia di comunicazione interna</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione al servizio della strategia aziendale • Comunicazione interna in relazione alle altre

	<p>leve strategiche</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione interna e change management: comunicare il cambiamento • Carta dei valori, progetto d'azienda, mission statement <p>Obiettivi e attori della comunicazione interna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Migliorare il flusso di informazioni top down/bottom up e viceversa • Favorire la comunicazione orizzontale • Aumentare la motivazione e il coinvolgimento del personale • Communication Management Team <p>Il piano di comunicazione interna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisi dello stato attuale della comunicazione e SWOT analysis • Realizzazione di una survey di comunicazione • Definizione degli obiettivi in riferimento alla mission e alla strategia aziendale • Logiche di segmentazione dei destinatari • Definizione dei contenuti • Scelta dei mezzi e degli strumenti in base a diversi criteri • Definizione delle attività: azioni, media mix, integrazione con altri sistemi di comunicazione • Declinazione dello stesso messaggio per popolazioni aziendali diverse: scegliere i codici, lo stile, il linguaggio, i mezzi e le situazioni appropriate <p>I media e il loro utilizzo ottimale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Differenze e relazioni tra comunicazione formale e informale • Target e audience • Canali <ul style="list-style-type: none"> o Online: intranet, web tv, blog, newsletter, social media o Offline: Newsletter interna, house organ, circolari, bacheca, busta paga o Face-to-face: riunioni, staff meeting, convention, eventi o Eventi speciali: viaggi incentivo, giornate aperte alle famiglie, eventi sportivi, ecc. <p>Gestione e condivisione del piano di comunicazione interna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pianificare azioni e responsabilità • Definire un planning delle attività • Condividere il piano con i vari interlocutori strategici <p>Verifica degli effetti della comunicazione interna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diffusione, comprensione, accettazione dei messaggi • Strumenti per la valutazione del feedback • Controllo finale a breve/lungo termine
--	--

Programma	
Testi di riferimento	Slide del docente
Nota ai testi di riferimento	
Metodi didattici	Lezioni frontali e lavori di gruppo
Metodi di valutazione	Test di valutazione con esame orale finale
Altro	