

**Docente: Capogna Stefania**

**Titolo del corso: Business Communication & Advertising**

**CFU: 6**

---

### Orario di ricevimento

Sempre dopo la lezione o su appuntamento scrivendo a: s.capogna@unilink.it

Per gli studenti non frequentanti si possono programmare colloqui telefonici e/o via skype

### Programma

Il corso si propone l'obiettivo formativo di fornire le conoscenze teorico-metodologiche volte a comprendere la organizzativa nelle sue diverse declinazioni. Il programma mira a fornire adeguate conoscenze teoriche per la comprensione della complessità dei sistemi organizzativi e dei connessi processi comunicativi. Particolare attenzione sarà dedicata ai processi, agli strumenti e ai canali della comunicazione organizzativa, anche in relazione all'evoluzione delle nuove tecnologie e al cambiamento paradigmatico che porta ad affermare l'idea di comunicazione integrata.

Il programma si articola in una prima parte teorica e in una seconda parte di natura laboratoriale.

Nella parte teorica si presenta l'evoluzione paradigmatica che caratterizza il concetto di "comunicazione" anche alla luce dei cambiamenti introdotti dalle nuove tecnologie. Si descrive poi il tema della comunicazione come processo, illustrando le forme e i canali della comunicazione per poi spostare l'attenzione al piano organizzativo, evidenziando la rilevanza di questa funzione anche in ambito istituzionale. Particolare attenzione sarà dedicata ai processi, agli strumenti e ai canali della comunicazione organizzativa, anche in relazione all'evoluzione delle nuove tecnologie, e ai temi emergenti quali quelli di economia della conoscenza, comunicazione integrata, corporate reputation, leadership empowering, comunicazione aziendale e pubblicitaria.

La seconda parte di natura laboratoriale prevede il coinvolgimento attivo degli studenti mediante la realizzazione di approfondimenti tematici attraverso project work individuali o di gruppo.

#### Studenti non frequentanti

Eventuali studenti non frequentanti/lavoratori sono invitati a contattare il docente titolare per concordare la scelta del caso di studio/project work di approfondimento più in linea con le loro esigenze di sviluppo professionale.

Essi sono tenuti ad utilizzare tutti i supporti didattici e tecnologici predisposti per garantire la loro riuscita nello studio e mediante i quali potranno mantenere un'interazione con il docente e con il tutor/cultore della materia.

#### Obiettivi formativi

Il corso si propone di far conseguire ai partecipanti i seguenti obiettivi formativi:

- comprendere e interpretare i principali paradigmi interpretativi che caratterizzano il concetto di comunicazione;
- comprendere come la comunicazione si sia evoluta in relazione ai cambiamenti introdotti dalle nuove tecnologie;
- comprendere le principali funzioni e livelli della comunicazione organizzativa
- comprendere gli sviluppi e i principi guida della comunicazione pubblica e istituzionale;
- comprendere la complessità e la rilevanza della comunicazione
- saper identificare i principali processi della comunicazione organizzativa, pubblica ed istituzionale
- saper applicare le conoscenze apprese all'analisi e alla selezione dei migliori canali comunicativi in riferimento al target/obiettivo del messaggio

Al termine del corso gli studenti che avranno completato il percorso di studi potranno essere in grado di:

- Ricostruire il quadro di riferimento teorico e i più importanti modelli interpretativi e modelli di comunicazione organizzativa
- Analizzare le criticità di processo che incidono sulla comunicazione organizzativa
- Analizzare differenti strategie di comunicazione organizzativa.
- Progettare un piano di comunicazione

*The training objective of the course is the following: To provide the theoretical-methodological knowledge aimed at understating public and organizational communication in its diverse declinations.*

*The programme is divided into two parts: the first theoretical and the second based on laboratories. The theoretical part introduces the paradigmatic evolution that characterises the concept of "communication" also in view of the changes introduced by new technologies. The theme of communication will be described as a process, showing the procedures and channels of communication moving afterwards the attention to the organizational level, stressing the relevance of this function also at the institutional level. Attention will be paid to the processes, the tools and channels of organizational communication, also in relation to the evolution of new technologies and to emergent issues i.e. learning economy, mix communication, corporate reputation, leadership empowering, the effectiveness of business communication and advertising.*

*The second part based on laboratories includes the active involvement of students through the realization of case studies and thematic follow-up through individual and in group project work.*

#### *Non-attending students*

*Any non-attending students/workers are invited to contact the professor to reconcile the choice of the in-depth study/project work most in line with their professional development needs.*

*They are required to use all the didactic and technological supports prepared to guarantee their success in the study and through which they will be able to maintain an interaction with the teacher and tutor.*

#### *Targets of module*

*For all participants, the course aims at acquiring the following training objectives:*

- to understand and to translate the main paradigms that characterize the concept of communication;*
- to understand how “communication” evolved in relation to the changes introduced by new technologies;*
- to understand the main functions and levels of organizational communication;*
- to understand the developments and guiding principles of public and institutional communication;*
- to understand the complexity and the relevance of communication;*
- to be able to apply the acquired knowledge in analysis and construction of a message;*
- to be able to apply the acquired knowledge in analysis and selection of the best communication channels with reference to the target/objective of the message;*
- to be able to identify the main processes of organizational, public and institutional communication.*

*At the end of the course, students who have completed their studies will be able to:*

- Reconstructing the theoretical frame of reference and the most important models of interpretation and models of organizational communication*
- Analyze the critical processes that affect organizational communication*
- Analyze different organizational communication strategies.*
- Design a communication plan*

#### **Testi adottati**

Testi obbligatori per studenti non frequentanti:

Cocozza A., Comunicazione d'impresa e gestione delle risorse umane, Franco Angeli, Milano, 2012, solo i seguenti capitoli:

- Introduzione,
- Capitolo 1
- Capitolo 2
- Capitolo 3
- Conclusioni

Cocozza A., Persone, Organizzazioni, lavori, Franco Angeli, Milano.

*All study support is available in the on-line reserved area.*

*All student (attending and not attending) must contact teacher.*

- 1. Jason S. Wrench, An Introduction to Organizational Communication, 2012*
- 2. Olga Temple, Business Communication – A, 2000*

#### **Valutazione**

Sono ammessi all'appello soltanto gli studenti regolarmente prenotati per la prova

Verifica intermedia (Mid Term)

La verifica intermedia si effettua a metà del corso mediante test a scelta multipla all'interno dell'ambiente di apprendimento on-line. Tale verifica viene effettuata solo a titolo di 'valutazione formativa' e non entra nella valutazione.

Valutazione in itinere

La valutazione in itinere si basa sulla realizzazione dei compiti assegnati (presentazioni e summary), la partecipazione ai lavori di gruppo e la presentazione di una tesina scritta finale (short essay\*\*) su uno dei contenuti del corso che sarà scelto dallo studente.

Valutazione finale

La valutazione finale è cumulativa, tiene conto della partecipazione attiva in aula, della partecipazione all'interno del laboratorio di apprendimento on-line, degli esiti della valutazione in itinere (presentation and summary/saggio breve), e si conclude con un colloquio individuale (orale) sui contenuti del corso.

*Only students regularly booked for the exam are eligible for it*

*Mid Term*

*Verification takes place in the middle of the course through multiple-choice tests. This verification is made only as a 'formative evaluation' and does not enter the evaluation*

*Assessment*

*The assessment is based on the realization of the assigned tasks (summary), the participation at group work and the presentation of a final written essay (short essay) on one of the course contents that will be chosen by the student.*

*Final Evaluation*

*The final evaluation is cumulative, takes into account the outcomes of the evaluation in progress, and ends with an individual interview (verbal) on the contents of the course.*