



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2010-2011

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria**

Insegnamento: **Strategie e comunicazione
d'impresa**

Anno di corso: **II**

Semestre: **I**

Docente: **Donatella Radicchi**

SSD: **SECS-P/08**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezioni
frontali e 110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **italiano**

PREREQUISITI

Conoscenza degli elementi di base di Economia e Gestione delle Imprese.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Conseguire un'adeguata conoscenza dei presupposti teorici e dei supporti metodologici alla base delle decisioni strategiche d'impresa;
- acquisire gli strumenti operativi per l'analisi strategica;
- comprendere il ruolo strategico della comunicazione e l'importanza dell'approccio integrato alla comunicazione d'impresa;
- sviluppare capacità critiche di analisi, diagnosi e problem solving.

CONTENUTO DEL CORSO

Verranno presi in esame i principi e gli strumenti manageriali per la formulazione e l'attuazione delle strategie d'impresa in contesti ambientali complessi, alla ricerca di un vantaggio competitivo sostenibile. Verrà affrontato il tema del governo della comunicazione d'impresa secondo una prospettiva d'analisi sistemica al fine di cogliere il ruolo strategico della comunicazione, quale linfa vitale dei nessi relazionali tra l'impresa e l'ambiente.

Il percorso formativo si articola in moduli dedicati all'approfondimento delle seguenti tematiche:

- Il concetto di strategia e il processo di gestione strategica dell'impresa;
- Strategia, comunicazione e creazione di valore;
- L'analisi degli obiettivi dell'impresa;
- L'analisi del contesto competitivo e del posizionamento strategico;
- L'analisi delle risorse e delle competenze dell'impresa;
- La natura e le fonti del vantaggio competitivo;

- La catena del valore e il sistema del valore;
- Le strategie di business;
- Le strategie a livello corporate;
- Il ruolo strategico della comunicazione nel governo dell'impresa;
- Le aree della comunicazione d'impresa;
- L'approccio integrato e interfunzionale della comunicazione.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, esercitazioni, discussione di casi aziendali.

TIPO DI ESAME

L'esame è in forma orale. E' prevista la facoltativa elaborazione e discussione di un case study.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- R. M. Grant, *L'analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, Bologna, 2006;
- A. Pastore, M. Vernuccio, *Impresa e Comunicazione, Principi e strumenti per il management*, Apogeo, Milano, 2008 (capp. 1,2,3,4,5,6);
- Materiale didattico integrativo a cura del docente.

Per non frequentanti:

- R. M. Grant, *L'analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, Bologna, 2006;
- M. E. Porter, *Il vantaggio competitivo*, Einaudi, Milano, 2004 (capp. 1, 2, 3, 4);
- A. Pastore, M. Vernuccio, *Impresa e Comunicazione, Principi e strumenti per il management*, Apogeo, Milano, 2008 (capp. 1,2,3,4,5,6).

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- M.E. Porter, *Strategia e competizione. Come creare, sostenere e difendere il vantaggio competitivo di imprese e nazioni*, Il Sole 24 ore Libri, Milano, 2007;
- Arthur A. Thompson, A. J. Strickland, John E. Gamble, *Strategia Aziendale, Formulazione ed esecuzione*, McGraw-Hill, Milano, 2009;
- M. Rispoli, *Sviluppo dell'impresa e analisi strategica*, Il Mulino, Bologna, 2002;
- L. Sicca, *La gestione strategica dell'impresa. Concetti e strumenti*, Cedam, Padova, 2001;
- Corvi E., *La comunicazione aziendale*, Egea, Milano, 2007;
- Collesei U., Ravà V., (a cura di), *La comunicazione d'azienda, Strutture e strumenti per la gestione*, Isedi, Torino, 2008.

ALTRE INFORMAZIONI

e-mail: donatella.radicchi@unistrapg.it