



SCHEDA INSEGNAMENTO

Titolo insegnamento: Comunicazione internazionale di imprese e organizzazioni

Corso: Corso Magistrale in Comunicazione internazionale

Docente: Graziana Laura Maellaro

Obiettivi formativi:

Il corso si propone di fornire gli strumenti concettuali e metodologici necessari a comprendere le principali strategie e tecniche della comunicazione adottate in enti e organismi internazionali appartenenti al settore pubblico, privato e non-profit. Si studieranno la crescente importanza della corporate reputation in un contesto globale e iperconnesso. Il valore dell'accountability nel contesto delle relazioni internazionali tra Paesi e istituzioni.

Metodologia formativa:

Si lavorerà parallelamente con una proposta di contenuti "frontali", costantemente rapportati a temi e casi rilevanti nel dibattito pubblico.

Testi, bibliografia/sitografia

- Corporate Communication: A guide to theory and practice, Joep Cornelissen, Sage, 2020
- Thussu, Daya Kishan. International communication: Continuity and change. Bloomsbury Publishing, 2018.
- Kivisto, Peter. Multiculturalism in a global society. John Wiley & Sons, 2008.
- Zekos, Georgios I. Political, Economic and Legal Effects of Artificial Intelligence: Governance, Digital Economy and Society. Springer Nature, 2022.

Materiale Didattico di Supporto:

Principalmente materiale prodotto dal docente, estratti da testi e articoli scientifici e siti web.

Proiettore collegato a PC. Cavalletto a fogli mobili e pennarelli o lavagna bianca.

Modalità e frequenza delle valutazioni in itinere:

Le discussioni con e fra gli studenti, miranti a stimolare lo sviluppo di un approccio critico ai fenomeni e alle categorie interpretative della politica internazionale,

costituiranno parte integrante della valutazione.

Modalità di verifica dell'apprendimento:

Sessione Intermedia: Analisi di una best practice

Esame finale: Proposta di implementazione di una strategia di comunicazione istituzionale.