



CALENDARIO DELLE LEZIONI

Modulo 1: La comunicazione d'impresa: introduzione e contesto

- *Linee guida base e trend di comunicazione d'impresa* (Cecilia Casalegno - Associate Professor - Dipartimento di Management, Università degli Studi di Torino)
- *Il contesto: stili di vita e trend di consumo* (Rosanna Fonseca – Professoressa a contratto - Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Torino)

Modulo 2: La comunicazione corporate (parte 1)

- *Comunicare mission e valori. La costruzione della reputazione* (Alessandra Bianco – Corporate Communication Director Lavazza Group)
- *Case history: Reale Mutua Assicurazioni* (Marco Budano, Brand communication & Media Relations Reale Mutua)

Modulo 3: Media relations e ufficio stampa (parte 1)

- *Strumenti e tecniche di gestione dell'ufficio stampa online e offline* (Andrea Ferro – Media & Associations Relations / Chief Institutional Affairs and External Communication Officer Intesa Sanpaolo)

Modulo 2: La comunicazione corporate (parte 2)

- *La comunicazione di crisi* (Stefania Stecca – Responsabile Comunicazione Istituzionale e Organizzativa Università degli Studi di Torino)

Modulo 4: Le relazioni istituzionali e lobbying

- *Strategie di relazioni istituzionali corporate* (Raoul Romoli Venturi – Presidente RV&P)

Modulo 3 (parte 2) Media relations e ufficio stampa: Misurazione della comunicazione e della reputazione (Raoul Romoli Venturi - Presidente RV&P)

Modulo 5: Il social media management (parte 1)

- *Non è bello ciò che è bello, ma è bello ciò che è social. Strategie di successo dei contenuti online* (Gabriella Taddeo - Professoressa associata di Sociologia della Comunicazione, Università degli Studi di Torino)

Modulo 6: La comunicazione publi-promozionale (parte 1):

Elementi e tecniche base di Integrated Marketing Communication (Marco Losito – Amministratore Delegato Loop Media Network)

Modulo 5 (parte 2): Il social media management: "Valorizzare il Corporate Heritage con i Social Media. Case History: Olivetti - A TIM Enterprise Brand" (Luigi Di Marco - Communication Manager at Promotion, TIM Enterprise)

Modulo 6: La comunicazione publi-promozionale (parte 2)

- *La comunicazione di prodotto e di brand* (Marco David Benadi - Owner&Ceo Dolci Advertising)
- (Michele Mariani – Executive Creative Director Armando Testa Group)

Modulo 7: La comunicazione della sostenibilità (parte 1)

- *Verso un mondo più sostenibile: CSR, ESG, Agenda 2030* (Sergio Scamuzzi – già Professore ordinario di Sociologia, Università degli Studi di Torino)
- *Dalla comunicazione volontaria alla rendicontazione: percorsi e sfide d'impresa* (Virginia Vergero - Responsabile Partnership e Comunicazione di Gruppo Vergero)

Modulo 8: La comunicazione sociale

- *Comunicazione e inclusione* (Giovanni Ferrero – Direttore della CPD, Consulta per le Persone in Difficoltà Torino)

Modulo 7: La comunicazione della sostenibilità (parte 2)

- *Imprese del turismo, comunicazione e sostenibilità* (Monica Gilli – Professoressa a contratto - Dipartimento di Culture, Politica e Società, Università degli Studi di Torino)

Modulo 9: La comunicazione interna

- *Dillo bene, fallo capire! La Comunicazione interna come vantaggio competitivo dell'Azienda* (Claudio Saporito - Senior Advisor)
- *Il senso di appartenenza: strategie e strumenti* (Federico Lucciola - Consulente start up, Co- founder ATEMA)

Modulo 10: Comunicazione finanziaria: le relazioni con i media finanziari e gli investitori

- (Fabrizio Vignati – Founder REPCOM Reputation Management / Corporate Communication, Professore di Relazioni Pubbliche, Università IUSTO)

LABORATORI

Laboratorio: Comunicazione e AI

- *Intelligenza Artificiale VS Intelligenza Emotiva* (Christian Torelli – CEO, Creative Director Serotonina Agency)
- *Opportunità e rischi* (Federico Lucciola - Consulente start up, Co- founder ATEMA)

Laboratorio: Cultura e Musei d'impresa

- *La Cultura nell'impresa / Musei di Impresa come modelli di comunicazione corporate* (Marco Amato – Lavazza Museum Manager e Corporate Communication Senior Manager Lavazza Group)
- *Case history: il Museo della Radio e della Televisione Rai* (Alberto Allegranza, Direttore Museo della Radio e della Televisione Rai)

Laboratorio: Event management

- Come si progetta un evento culturale* (Alberto Ferrari – Co-founder and President Club Silencio)
- *L'arte di organizzare eventi: trasformare visioni in esperienze indimenticabili* (Pierlucio Firrao – Organizzatore di eventi)
- *Prince: da Icona dell'Event Management a startup studio* (Vittorio Eugenio Savasta Fiore - Amministratore Dieciperprince Srl)

Presentazione Project Work finale