

<p><b>Unit 8</b></p>	<p><b>RELAZIONI PUBBLICHE, CORPORATE COMMUNICATION E COMUNICAZIONE INTERNA- ORGANIZZATIVA</b></p>
<p>1</p> <p><b>Testi di Riferimento</b></p>	<p>E. Invernizzi, S. Romenti, Corporate Communication e Relazioni Pubbliche, McGraw-Hill Education, 2020, Cap.1, pp. 1-28 , Cap 4, pp. 107-155</p>
<p>2</p> <p><b>Slide</b></p>	<p>8.2.1 Slide relative alla Unit 8 (Denominazione file "8.2.1 Slide").</p>
<p>3</p> <p><b>Lecture di approfondimento</b></p>	<p>Non sono previste lecture di approfondimento per la Unit 8</p>
<p>4</p> <p><b>Test di Verifica</b></p>	<p>8.4.1 Test di Verifica (il Test si terrà mercoledì 10/01/2024 alle ore 13:30).</p>
<p>5</p> <p><b>Lavori di gruppo</b></p>	<p>Non sono previsti lavori di gruppo per la Unit 8</p>
<p>6</p> <p><b>Obiettivi Formativi Generali</b></p>	<p>Le relazioni pubbliche intersecano trasversalmente tutte le attività messe in atto dalle organizzazioni per gestire e sviluppare nessi relazionali con l'ambiente di riferimento. Obiettivo della Unit 8 è quello di definire le public relations e la corporate communication sia dal punto di vista concettuale che contenutistico e strumentale, al fine di illustrare chiaramente il ruolo che la professione di comunicatore pubblico è in grado di svolgere all'interno delle organizzazioni e in qualsiasi realtà economico-sociale. A tal fine, la Unit esamina l'evoluzione teorico-concettuale della disciplina, come risultante delle analisi e delle riflessioni dei principali studiosi di riferimento, così come lo sviluppo della professione delle relazioni pubbliche, dei suoi servizi e dei suoi contenuti operativi, con particolare riferimento all'influenza che deriva dalla domanda di comunicazione espressa dalle imprese e, più in generale, dalle organizzazioni. La Unit fornirà, inoltre, un approfondimento contenutistico in relazione alla comunicazione interna-organizzativa. Le organizzazioni si trovano ad affrontare contesti sempre più competitivi, operando nella costante ricerca di un equilibrio instabile, caratterizzato dalla ridefinizione e dal costante rinnovamento dei sistemi per affrontare le sfide dei mutamenti continui. In tale contesto, si è sempre più assistito ad un incremento del ruolo della comunicazione intesa sia come strumento di informazione, che come leva di supporto all'organizzazione che, ancora, come modello per la creazione di valore economico e sociale dall'impresa. Proprio a causa della crescente complessità dell'ambiente competitivo dovuta al cambiamento continuo, risulta necessario inquadrare il tema della comunicazione interna nelle sue diramazioni di collegamento con i processi organizzativi più ampi.</p>
<p>7</p> <p><b>Keywords</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relazioni pubbliche</li> <li>• Corporate communication</li> <li>• Comunicazione interna</li> <li>• Stakeholder engagement</li> </ul>