

Unit 9

**COMUNICARE E GESTIRE LE SITUAZIONI DI CRISI D'IMPRESA**

1	<b>Testi di Riferimento</b>	E. Invernizzi, S. Romenti, Corporate Communication e Relazioni Pubbliche, McGraw-Hill Education, 2020, Cap.5, pp. 155-196
2	<b>Slide</b>	9.2.1 Slide relative alla Unit 9 (Denominazione file "9.2.1 Slide").
3	<b>Lecture di approfondimento</b>	Non sono previste lecture di approfondimento per la Unit 9
4	<b>Test di Verifica</b>	9.4.1 Test di Verifica (il Test si terrà mercoledì 10/01/2024 alle ore 13:30).
5	<b>Lavori di gruppo</b>	Non sono previsti lavori di gruppo per la Unit 9
6	<b>Obiettivi Formativi Generali</b>	<p>Tutte le organizzazioni nelle loro attività quotidiane si trovano a fronteggiare situazioni critiche che possono trasformarsi in vere e proprie crisi di comunicazione. A tal riguardo, queste elaborano strategie di protezione dai potenziali danni reputazionali che possono insorgere in simili situazioni emergenziali.</p> <p>Obiettivo della Unit 9 è quello di approfondire l'ambito comunicazionale legato alla gestione delle situazioni di crisi, delineando i meccanismi e le strategie di analisi, prevenzione, gestione e mitigazione degli effetti negativi. La complessità strutturale e geografica delle organizzazioni ha comportato un incremento potenziale delle situazioni di crisi ed una, conseguente, focalizzazione sulle azioni di prevenzione che una comunicazione attenta deve realizzare per prepararsi ad eventi che risultano lesivi per l'immagine della realtà aziendale di riferimento. La Unit, dunque, fornirà gli strumenti per gestire una situazione di crisi comunicazionale, dall'analisi dei rischi alla costituzione di un team per la crisi, dall'attività di formazione alla preparazione del piano di comunicazione di crisi, fino alla direzione delle fasi successive all'evento critico.</p>
7	<b>Keywords</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisi di impresa</li> <li>• Analisi dei rischi</li> <li>• Crisis Management</li> <li>• Crisis communication</li> </ul>