# Laboratorio di Media relations

## Prof. Dalia Andreotti

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il presente modulo si propone di fornire agli studenti una generale comprensione del ruolo e dell’importanza delle Media Relation e più in generale delle Relazioni Pubbliche oggi, nell’attività delle imprese manifatturiere e del suo management. Obiettivo è quello di illustrare i principali strumenti teorici e pratici per comprendere e presidiare una disciplina sempre più complessa, che dialoga quotidianamente, in modo diretto o mediato, con tutti gli stakeholder dell'azienda: dai suoi azionisti ai dipendenti, dai consumatori a clienti e fornitori, dalle comunità locali all’opinione pubblica, al mondo delle istituzioni, della finanza e della politica.

Al termine dell’insegnamento, lo studente conoscerà i diversi profili che operano all’interno delle imprese nell’ambito delle Media Relation e dell’Investor Relation; il settore di riferimento, i principali operatori italiani e stranieri; le più importanti istituzioni. Lo studente sarà in grado di utilizzare i principali strumenti di gestione di un ufficio stampa, oltre che acquisire specifiche competenze per la realizzazione di campagne di Relazioni Pubbliche digitali.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso approfondirà i seguenti temi:

* il ruolo strategico delle Relazioni Pubbliche nella moderna impresa;
* il settore, i principali player internazionali, le agenzie, le figure professionali;
* Opinion, Corporate e Brand PR;
* obiettivi e strumenti delle Media Relation nelle imprese manufatturiere;
* Digital PR e relazioni con gli influencer;
* crisis e issue management;
* la misurazione dei bisogni e dei risultati.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Materiale e presentazioni rese disponibili dal docente.

R.R. Venturi-C. Casalegno-P. De Palma, Comunicazione integrata e PR: istruzioni per l’uso, Franco Angeli, Milano, 2014.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/raoul-romoli-venturi-cecilia-casalegno-pasquale-de-palma/comunicazione-integrata-e-pr-istruzioni-per-luso-strategie-strumenti-e-tecniche-nel-secolo-della-trasparenza-9788835121558-704323.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si basa su lezioni in aula volte ad approfondire concettualmente tutti i principali temi che riguardano le moderne Media Relation. Ampio spazio sarà dato alla presentazione di casi aziendali ed alle testimonianze di diverse figure professionali che operano nel settore, come riscontro immediato da un punto di vista pratico a quanto illustrato a livello teorico.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame consiste in una prova scritta della durata di un’ora. Allo studente verrà richiesto di rispondere a tre domande aperte relative ai contenuti delle lezioni in aula, al materiale reso disponibile dal docente e a quello bibliografico indicato per lo studio.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Blackboard rappresenterà il supporto didattico e operativo del corso dove trovare i materiali di studio messi a disposizione dal docente.

Si consiglia vivamente la frequenza al corso, attraverso una partecipazione attiva alle lezioni.

Lo studente dovrà possedere conoscenze di base in relazione ai concetti di marketing e di comunicazione d’impresa.

*Orario e luogo di ricevimento*

La prof.ssa Dalia Andreotti riceve gli studenti su appuntamento previo contatto via email all’indirizzo: dalialina.andreotti@unicatt.it

*COVID-19*

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse riprenmdere, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “da remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)