

Giampaolo Azzoni
Syllabus del Corso di Relazioni pubbliche e Stakeholder Management
A.A. 2011-2012
(argomenti delle lezioni e testi commentati)

1	26.09.11	<ul style="list-style-type: none"> • Una definizione di 'Relazioni pubbliche' (art. 1 Statuto FERPI).¹ • Below the Line vs. Above the Line. • Relazioni pubbliche vs. pubblicità. • Articolazione delle Relazioni pubbliche: lobbying, comunicazione interna, relazioni con i media, comunicazione finanziaria, comunicazione di crisi, comunicazione ambientale,... • Licenza di operare.
2	27.09.11	<ul style="list-style-type: none"> • Case-study: rafforzamento della licenza di operare di un'azienda con forti impatti sul territorio e percepita come inquinante da alcuni stakeholder. Quale contributo delle RP? Quali azioni prioritarie? ²
3	28.09.11	<ul style="list-style-type: none"> • La responsabilità dei narratori: workshop organizzato dal Centro Studi Ilva. ³ • Catena del valore.⁴ • Strutture organizzative: funzionale; divisionale; per progetti; a matrice; a rete. ⁵ • Value chain vs. value network (cfr. "Accordi di Stoccolma" ⁶). • "The Cluetrain Manifesto"⁷
4	03.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • I quattro modelli delle relazioni pubbliche secondo James Grunig. ^{8 9} • "Top 10 Qualities of a PR Professional".¹⁰
5	05.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • Le fondazioni d'impresa come strumento di RP: il caso della Fondazione Zoé.¹¹ • Un esempio del 4° modello di RP: il festival "Vivere sani, Vivere bene" dedicato al respiro¹². • L'organizzazione comunicativa (cfr. "Accordi di Stoccolma" ¹³).

¹ http://www.ferpi.it/ferpi/associazione/statuto_e_codici/lo-statuto-ferpi

² Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, capitolo 10.

³ http://www.centrostudiilva.it/eventi/6/Comunicazione_e_rappresentazione_della_realta_Quale_la_responsabilita_dei_narratori.aspx

⁴ http://it.wikipedia.org/wiki/Catena_del_valore

⁵ <http://www.federica.unina.it/economia/organizzazione-aziendale/attore-azienda-sociostruttura-organigrammi/>

⁶ <http://www.ferpi.it/admin/resources/8054>

⁷ http://www.mestierediscrivere.com/index.php/articolo/Tesi_e

⁸ http://en.wikipedia.org/wiki/The_Cluetrain_Manifesto

⁹ Toni Muzi Falconi, *Governare le relazioni*, § 5. (<http://www.ferpi.it/admin/resources/7138>).

¹⁰ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 14-23.

¹¹ <http://conversation.cipr.co.uk/posts/gemgriff/top-10-qualities-of-a-pr-professional>

¹² <http://www.fondazionezoe.it/Home>

¹³ <http://www.fondazionezoe.it/code/13825/Vivere-Sani-Vivere-Bene-2011>

		<ul style="list-style-type: none"> • Il concetto di advocacy e di advocate.¹⁴ • Il caso Twelpforce di Best Buy.¹⁵
6	10.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • L'advocacy dei dipendenti: il progetto "Nuova Pomigliano" di Fiat.¹⁶ • Case-Study: gli stakeholder dell'Università di Pavia.¹⁷ • Pubblici, Stakeholder, Decisori, Influenti
7	11.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • Confindustria e il Sistema confederale: articolazione di un rilevante soggetto sociale.¹⁸ • Identificazione degli stakeholder.¹⁹ • Messa in priorità degli stakeholder.²⁰
8	12.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • Le anticipazioni della Stakeholder Theory: l'"Our Credo" di Johnson & Johnson.²¹ • Definizione e messa in priorità delle issue rispetto agli stakeholder ("materiality").²² • Individuazione degli strumenti di comunicazione e delle modalità di coinvolgimento.²³
9	17.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • Le 5 fasi della costruzione di una strategia di RP "stakeholder based".²⁴ • Case-Study: la strategia verso gli stakeholder di un'azienda di fast-food di fronte alla minaccia di una "fat tax".
10	18.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • Dagli "Accordi di Stoccolma" al nuovo ruolo del manager delle RP.²⁵ • Le 5 key-words degli "Accordi di Stoccolma".²⁶ • I 6 temi di maggiore contribuzione delle RP al valore delle organizzazioni secondo gli "Accordi di Stoccolma".²⁷

¹³ <http://www.ferpi.it/admin/resources/8054>

¹⁴ <http://www.webershandwick.com/Default.aspx/Insights/Advocacy>

¹⁵ <http://www.youtube.com/user/Twelpforce>

¹⁶ p. 18 di <http://www.ferpi.it/admin/resources/571>

e
<http://www.methodos.com/esperienze/pomigliano.html>

e
<http://www.methodos.com/risorse/rulingpomigliano.html>

e
http://www.methodos.com/esperienze/pomigliano_rassegna.html

¹⁷ p. 23 di <http://www.unipv.eu/on-line/Home/Ateneo/documento8130.html>

¹⁸

<http://www.confindustria.it/Conf2004/DbDoc2004.nsf/ED7A98CEB34BD160422567D700799728/7000BD3BC481EF43C1256F26005052D2?OpenDocument&MenuID=090574CF8B86FACEC1256EFB0032DA12>

¹⁹ Slides 16-28 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/stakeholder-theory-e-rp.pdf>

²⁰ Slides 29-31 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/stakeholder-theory-e-rp.pdf>

²¹ Slides 10-15 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/stakeholder-theory-e-rp.pdf>

e

sul "Our Credo" di J&J: <http://www.jnj.com/connect/about-jnj/jnj-credo/>

e

ancora sul "Our Credo" di J&J: <http://cfs.unipv.it/opere/azzoni/religio.pdf>

²² Slides 32-39 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/stakeholder-theory-e-rp.pdf>

²³ Slides 40-58 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/stakeholder-theory-e-rp.pdf>

²⁴ Slide 2 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/stakeholder-theory-e-rp.pdf>

²⁵ Video <http://youtu.be/mV2ZCfjYDY>

²⁶ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2010/05/manager-delle-rp-ferpi-270410.pdf>

11	24.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • Il contesto della CSR.²⁸ • CSR, filantropia, Cause Related Marketing.²⁹ • Sostenibilità ("3P").³⁰
12	25.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • Imprenditori e manager pionieri della CSR.³¹ • Le critiche alla CSR nell'attuale dibattito culturale.³² • "Creating Shared Value" di Michael Porter.³³
13	26.10.11	<ul style="list-style-type: none"> • Best-practices italiane di CSR³⁴: • Sodalitas; • Barilla; • Coop; • UniCredit; • Ikea.
14	02.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • Nuova definizione di CSR della Commissione Europea.³⁵ • Social Reporting: bilancio sociale e bilancio integrato.³⁶ • Best Practices nel Social Reporting.³⁷
15	07.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • L'importanza della comunicazione di crisi.³⁸ • Il concetto di crisi.³⁹ • La crisi come opportunità.⁴⁰ • Il caso Tylenol.⁴¹ • Le fasi del crisis management.⁴²
16	08.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • Programmare la gestione della crisi.⁴³ • Comunicare e gestire la crisi.⁴⁴
17	09.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • "Top 10 Crisis of 2010".⁴⁵ • Il caso "Fruttisan".⁴⁶

²⁷ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2010/05/manager-delle-rp-ferpi-270410.pdf>

e
<http://www.ferpi.it/admin/resources/8054>

²⁸ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 63-72.

e
<http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/pr-e-csr.pdf> slides 2-9

²⁹ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/pr-e-csr.pdf> slides 10-22

³⁰ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/pr-e-csr.pdf> slides 23-29

³¹ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/pr-e-csr.pdf> slides 30-32

³² <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/pr-e-csr.pdf> slides 33-41

³³ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/pr-e-csr.pdf> slides 42-54

³⁴ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/10/pr-e-csr.pdf> slides 55-60

³⁵ <http://www.sodalitas.it/contenuti/news.aspx?id=615>

³⁶ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/11/social-reporting.pdf>

³⁷ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/11/social-reporting.pdf>

³⁸ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 233-234.

³⁹ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 235-236.

⁴⁰ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 238-239.

⁴¹ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 239-241.

⁴² Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 241-243.

⁴³ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 249-258.

⁴⁴ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 258-274.

⁴⁵ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/11/top-10-crises-of-2010.pdf>.

⁴⁶ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/11/gestione-della-crisi-caso-fruttisan.pdf>

18	22.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione interna; definizione, categorie e finalità.⁴⁷ • La piramide di Maslow.⁴⁸ • Matrice di Rollo May.⁴⁹
	23.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • Le relazioni con i media.⁵⁰
19	28.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi della campagna "Unhate" di Benetton.⁵¹ • Il "Progetto Ambassador" di Sanpellegrino.⁵² • I principali strumenti / canali della comunicazione interna.⁵³
20	29.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • Esempi di mission e vision. • Le caratteristiche della nuova comunicazione interna: dialogicità, immediatezza, visibilità di chi comunica, ascolto⁵⁴, qualità tecnica. • La costruzione di un piano di comunicazione interna.⁵⁵
21	30.11.11	<ul style="list-style-type: none"> • Altri esempi di mission e vision. Il processo di costruzione di mission e vision. • Il caso TAV in Val di Susa.⁵⁶ • Caratteristiche e definizione della comunicazione ambientale.⁵⁷ • I settori in cui è più rilevante la comunicazione ambientale.⁵⁸
22	05.12.11	<ul style="list-style-type: none"> • Le novità comunicazionali della conferenza stampa del Governo Monti del 04.12.11. • NIMBY. • Caratteristiche ed evoluzione della comunicazione finanziaria in Italia.⁵⁹ • I soggetti della comunicazione finanziaria.⁶⁰ • L'Annual Report.⁶¹
23	05.12.11	<ul style="list-style-type: none"> • Oscar di bilancio 2011.⁶² • Il Bilancio di Piaggio & C. Spa.⁶³ • Il Bilancio di Monnalisa Spa.⁶⁴

⁴⁷ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 121-128.

⁴⁸ http://it.wikipedia.org/wiki/Abraham_Maslow

⁴⁹ <http://www.problemsetting.it/pages/gallup.htm>

⁵⁰ Toni Muzi Falconi, *Governare le relazioni*, § 4.5. (http://www.ferpi.it/ferpi/novita/fonti_rp/gorel).

⁵¹ <http://unhate.benetton.com/>

⁵² http://premio.assorel.it/04_interna/ambassador.htm

⁵³ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 128-132.

⁵⁴ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 156-158.

⁵⁵ <http://www.methodos.com/aree/communication.html>

⁵⁶ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 347-349.

⁵⁷ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 318-323.

⁵⁸ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 324-327.

⁵⁹ Toni Muzi Falconi, *Governare le relazioni*, § 4.1. (http://www.ferpi.it/ferpi/novita/fonti_rp/gorel).

⁶⁰ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 281-287.

⁶¹ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 294-295.

⁶² http://www.ferpi.it/ferpi/novita/notizie_ferpi/notizie_ferpi/oscar-di-bilancio-fiducia-e-trasparenza-le-parole-chiave-del-2011/notizia_ferpi/43655/11

⁶³ <http://www.piaggiogroup.com/it/archivio/comunicati/gruppo-piaggio-oscar-bilancio-2011-grandi-imprese-quotate>

⁶⁴ <http://piaggio2010.message-asp.com/it>

<http://www.monnalisa.eu/>

		<p>Casi di comunicazione interna:</p> <ul style="list-style-type: none"> • AstraZene-car - Sicuri alla Guida http://premio.assorel.it/04_interna/astrazenecar.htm • Coca Cola - Formula 7: obiettivo a 6 anni http://premio.assorel.it/04_interna/formula7.htm • Telecom – Sincronizzando http://premio.assorel.it/04_interna/sincronizzando.htm <p>Comunicazione ambientale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aquafresh - “Chiudi il Rubinetto” http://premio.assorel.it/10_sociale_crm/rubinetto.htm http://www.chiudilrubinetto.it/ <p>Comunicazione finanziaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enel Green Power http://premio.assorel.it/03_finanziaria/rinnovabili.htm
24	07.12.11	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di ‘public affairs’.⁶⁵ • Definizione di ‘lobbying’.⁶⁶ • Evoluzione, obiettivi e strumenti della lobby.⁶⁷
25	07.12.11	<ul style="list-style-type: none"> • Le fasi del processo di public affairs.⁶⁸ • Case-study: argomenti, azioni/strumenti ed alleati vs. tasso di stazionamento per le barche.
26	12.12.11	<ul style="list-style-type: none"> • Il governo britannico e la lobby: un’inchiesta del “Guardian”.⁶⁹
27	12.12.11	<ul style="list-style-type: none"> • Chiusura: ripresa dei temi e del glossario degli “Accordi di Stoccolma”.⁷⁰

e

http://portal.monnalisa.eu/comunicazione_istituzionale/annual_report_it-IT/annual_report_2010_it-IT.aspx

⁶⁵ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 196-199.

⁶⁶ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 211-217.

⁶⁷ Toni Muzi Falconi, *Governare le relazioni*, § 4.2. (http://www.ferpi.it/ferpi/novita/fonti_rp/gorel).

⁶⁸ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 217-222.

⁶⁹ http://www.ferpi.it/ferpi/novita/notizie_rp/public-affairs/il-governo-britannico-e-le-lobby/notizia_rp/43669/30

⁷⁰ <http://www.ferpi.it/admin/resources/8054>

Siti e blog dedicati alle RP

<http://www.culpwrit.com/>
<http://www.ferpi.it>
<http://www.globalalliancepr.org>
<http://publicsphere.typepad.com/mediations/>
<http://sloanreview.mit.edu/improvisations/>
<http://tpemurphy.com/blog/>
http://www.awpagesociety.com/awp_blog/
<http://community.prweek.com/blogs/>
<http://www.ragan.com/Main/Home.aspx>
http://www.edelman.com/speak_up/blog/
<http://www.prconversations.com/>

Siti e blog dedicati a management e marketing

www.mckinseyquarterly.com
<http://www.coolhunting.com/>
<http://blogs.forrester.com/>
http://darmano.typepad.com/logic_emotion/
<http://www.nonconvenzionale.com/>
<http://www.psfk.com>
<http://sethgodin.typepad.com/>
<http://www.trendwatching.com/>
<http://www.youmark.it>