

Giampaolo Azzoni
Syllabus del Corso di Relazioni pubbliche e Stakeholder Management
A.A. 2012-2013
(argomenti delle lezioni e testi commentati)

1	01.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • 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 come obiettivo strategico delle RP.
2	02.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Una definizione di 'Relazioni pubbliche' (art. 1 Statuto FERPI).¹ • La definizione di 'Relazioni pubbliche' della PRSA.² • I termini ed i concetti-chiave della definizione di 'Relazioni pubbliche' della PRSA.³ • Stakeholder vs. Pubblici.
3	03.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • I quattro modelli delle relazioni pubbliche secondo James Grunig.^{4 5} • Definizione di Stakeholder di R. Edward Freeman.⁶
4	08.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Strutture organizzative: funzionale; divisionale; per progetti; a matrice; a rete.⁷ • Catena del valore.⁸ • Value chain vs. value network (cfr. "Accordi di Stoccolma"⁹).
5	09.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • "The Cluetrain Manifesto".¹⁰
6	10.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Dagli "Accordi di Stoccolma" al nuovo ruolo del manager delle RP.¹¹ • Le 5 key-words degli "Accordi di Stoccolma".¹² • I 6 temi di maggiore contribuzione delle RP al valore delle organizzazioni secondo gli "Accordi di Stoccolma".¹³
7	16.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Stakeholder vs. Pubblici.^{14 15}

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

² <http://www.prsa.org/AboutPRSA/PublicRelationsDefined/Documents/Official%20Statement%20on%20Public%20Relations.pdf>

³ <http://www.prsa.org/AboutPRSA/PublicRelationsDefined/>

⁴ Toni Muzi Falconi, *Governare le relazioni*, § 5. (<http://www.ferpi.it/admin/resources/7138>).

⁵ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 2-9.

⁶ [http://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder_\(corporate\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder_(corporate))

⁷ <http://www.federica.unina.it/economia/organizzazione/aziendale/attore-azienda-sociostruttura-organigrammi/>

⁸ http://it.wikipedia.org/wiki/Catena_del_valore

⁹ <http://www.ferpi.it/admin/resources/8054>

¹⁰ <http://www.mestierediscrivere.com/index.php/articolo/Tesi> e http://en.wikipedia.org/wiki/The_Cluetrain_Manifesto

¹¹ Video <http://youtu.be/mV2ZCfjYDY>

¹² <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2010/05/manager-delle-rp-ferpi-270410.pdf>

¹³ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2010/05/manager-delle-rp-ferpi-270410.pdf>

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

¹⁴ Toni Muzi Falconi, *Governare le relazioni*, § 3.2. (<http://www.ferpi.it/admin/resources/7138>).

		<ul style="list-style-type: none"> • Identificazione degli stakeholder.¹⁶ • Le anticipazioni della Stakeholder Theory: l'“Our Credo” di Johnson & Johnson.¹⁷
8	17.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • La messa in priorità degli stakeholder.¹⁸ • Matrice di “materiality”.¹⁹
9	22.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione della CSR. • Senso e contesto della CSR. • CSR e RP.²⁰
10	24.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Il caso Chevron di comunicazione della CSR.²¹ • Sostenibilità (“3P”).²²
11	29.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • CSR, filantropia, Cause Related Marketing. • L'evoluzione della CSR e le sue problematiche. • Imprenditori e manager pionieri della CSR.²³
12	30.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Le critiche alla CSR nell'attuale dibattito culturale. • Il management della CSR. • “Creating Shared Value” di Michael Porter. • Best-practices italiane di CSR.²⁴
13	31.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Lo standard GRI e le nuove frontiere del bilancio integrato.²⁵ • Analisi del “Rapporto di Sostenibilità” 2011 di Edison.²⁶
14	05.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Identità, Immagine, Reputazione.²⁷ • I tratti distintivi della comunicazione interna degli ultimi anni.²⁸ • La comunicazione interna nei modelli di impresa emergenti.²⁹

¹⁵ Slides 8-14 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/stakeholder-theory-corso-rp-021012.pdf>

¹⁶ Slides 23-31 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/stakeholder-theory-corso-rp-021012.pdf>

¹⁷ Slides 16-20 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/stakeholder-theory-corso-rp-021012.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>

¹⁸ Slides 32-35 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/stakeholder-theory-corso-rp-021012.pdf>

¹⁹ Slides 36-42 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/stakeholder-theory-corso-rp-021012.pdf>

²⁰ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 29-66.

Slides di sintesi: 2-22 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/csr-2012-2013.pdf>

²¹ <http://www.chevron.com/weagree/>

²² Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 29-66.

Slides di sintesi: 23-34 e 90-98 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/csr-2012-2013.pdf>

²³ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 33-43.

Slides di sintesi: 35-45 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/csr-2012-2013.pdf>

²⁴ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 56-65.

Slides di sintesi: 46-72 e 117-128 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/csr-2012-2013.pdf>

²⁵ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 60-61.

Slides di sintesi: 99-115 di <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/csr-2012-2013.pdf>

²⁶ <http://www.edison.it/it/sostenibilita/rapporto-di-sostenibilita/index.shtml>

²⁷ http://www.huffingtonpost.it/toni-muzi-falconi/la-reputazione-una-proprio_b_2065684.html

²⁸ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/i-fondamenti-della-comunicazione-interna.pdf> slides 1-16

²⁹ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/i-fondamenti-della-comunicazione-interna.pdf> slides 17-33

15	06.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • La costruzione di un piano di comunicazione interna.³⁰ • Il monitoraggio dei risultati.³¹ • I concetti fondamentali della comunicazione interna.³²
16	07.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Il progetto "Avanti e Veloci" di Fiat.³³ • Il Web Portal "Avanti e Veloci".³⁴
17	12.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche e impatto dei "new media".³⁵ • La Legge di Moore • La connessione generalizzata.³⁶ • Il crowdsourcing.³⁷
18	13.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • La trasformazione della fiducia.³⁸ • Le quattro epoche storiche dell'innovazione.³⁹ • Il portafoglio relazionale: Klout e gli altri tools on-line.⁴⁰
19	14.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Casi benchmarks di networking⁴¹: Open Innovation di Innocentive MyStarbucksIdea P&G Connect + Develop Barilla "Nel mulino che vorrei"
20	19.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione per la gestione della crisi: il concetto di crisi.⁴² • La crisi come opportunità.⁴³ • Il crisis management.⁴⁴
21	20.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratorio: il caso Fruttisan.⁴⁵ • Comunicare e gestire la crisi.⁴⁶ • I casi Tylenol (J&J), Domino's Pizza, Deepwater Horizon (BP)
22	19.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • "The Melbourne Mandate".⁴⁷
23	27.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche ed evoluzione della comunicazione finanziaria in Italia.⁴⁸

³⁰ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/i-fondamenti-della-comunicazione-interna.pdf> slides 34-50

³¹ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/i-fondamenti-della-comunicazione-interna.pdf> slides 51-56

³² Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 103-138.

³³ <http://www.ilsole24ore.com/art/economia/2010-12-28/leadership-management-avanti-veloci-182602.shtml>

³⁴ <http://youtu.be/UiXcwQifMuk>

e

<http://www.methodos.com/risorse/intranetaward.html>

³⁵ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/networking.pdf> slides 1-5

³⁶ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/networking.pdf> slides 6-23

³⁷ <http://youtu.be/F0-UtNg3ots>

³⁸ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/networking.pdf> slide 24

³⁹ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/networking.pdf> slides 32 ss.

⁴⁰ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/networking.pdf> slides 38 ss.

⁴¹ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2012/11/networking.pdf> slides 43 ss.

⁴² Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 141 ss.

⁴³ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 144 ss.

⁴⁴ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 147-161.

⁴⁵ <http://blog.centrodietica.it/wp-content/uploads/2011/11/gestione-della-crisi-caso-fruttisan.pdf>

⁴⁶ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 161-172.

⁴⁷ http://melbournemandate.globalalliancepr.org/?page_id=310

⁴⁸ Toni Muzi Falconi, *Governare le relazioni*, § 4.1. (http://www.ferpi.it/ferpi/novita/fonti_rp/gorel).

		<ul style="list-style-type: none"> • I soggetti della comunicazione finanziaria.⁴⁹ • L'Annual Report.⁵⁰ • I criteri di valutazione della comunicazione finanziaria secondo l'"Oscar di bilancio".⁵¹
24	28.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Ambito e contenuti della comunicazione ambientale.⁵² • Rapporto ambientale e bilancio di sostenibilità.⁵³ • La comunicazione ambientale per la prevenzione dei conflitti.⁵⁴ • Il caso TAV in Val di Susa.⁵⁵ • La comunicazione ambientale di sito produttivo.⁵⁶
25	03.12.12	<ul style="list-style-type: none"> • Public Affairs vs. Lobbying.⁵⁷ • Il reato di traffico di influenze illecite (346 bis c.p.).⁵⁸ • Gli obiettivi dei Public Affairs.⁵⁹ • Evoluzione, obiettivi e strumenti della lobby.⁶⁰ • Gli strumenti della lobby.⁶¹
26	04.12.12	<ul style="list-style-type: none"> • Il processo dei Public Affairs.⁶² • Il problema della misurabilità delle attività di comunicazione.⁶³ • Share of Voice vs. Share of Mind. • La valutazione e misurazione degli output.⁶⁴ • La valutazione e misurazione degli outcome.⁶⁵
27	05.12.12	<ul style="list-style-type: none"> • Il Bilancio 2011 di UniCredit (Vincitore "Oscar di Bilancio" 2012).⁶⁶ • Il Bilancio integrato 2011 di Etica Sgr (Vincitore "Oscar di Bilancio" 2012).⁶⁷ • I casi presentati al XV premio Assorel.⁶⁸

⁴⁹ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006 (prima edizione), pp. 281-287.

⁵⁰ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006 (prima edizione), pp. 294-295.

⁵¹ http://www.ferpi.it/ferpi/novita/ferpi_attivita/oscar-bilancio/criteri-di-valutazione

⁵² Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 179-187.

⁵³ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 194-195.

⁵⁴ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 196-200.

⁵⁵ Emanuele Invernizzi, *Manuale di relazioni pubbliche 2. Le competenze e i servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2006, pp. 347-349.

⁵⁶ http://www.ferpi.it/ferpi/novita/notizie_ferpi/notizie_ferpi/nimby-tra-relazioni-pubbliche-e-pericolose/notizia_ferpi/40894/11.

⁵⁷ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 289-291.

⁵⁸ http://www.ferpi.it/ferpi/novita/notizie_ferpi/notizie_ferpi/anti-corruzione-e-lobbying-un-opportunit-verso-la-regolamentazione-/notizia_ferpi/44585/11

⁵⁹ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 291-292.

⁶⁰ Toni Muzi Falconi, *Governare le relazioni*, § 4.2. (http://www.ferpi.it/ferpi/novita/fonti_rp/gorel).

⁶¹ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 314-318.

⁶² Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 302-310.

⁶³ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 67-70; 74-75; 95-99.

⁶⁴ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, pp. 70-72.

⁶⁵ Emanuele Invernizzi / Stefania Romenti (eds.), *Relazioni pubbliche e corporate communication: 2. la gestione dei servizi specializzati*, McGraw-Hill, 2012, p. 73.

⁶⁶ <https://www.unicreditgroup.eu/it/investors/financial-reports.html>

⁶⁷ <http://www.eticasgr.it/public/doc/201205221054440.pdf>

⁶⁸ <http://www.premio.assorel.it/>

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>