



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Proponente	FABRIZIO VIGNATI
Titolo del seminario	FINANCIAL COMMUNICATION -- Informazione, dialogo e relazione: le soft skills per comunicare con la business community
Obiettivi del Corso	Il Laboratorio ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti gli strumenti concettuali e le competenze pratiche per comprendere che cos'è e come si attua concretamente – attraverso uno storytelling delle professioni dedicate (media relations e investor relations) – la comunicazione finanziaria delle società quotate.
Argomenti delle lezioni	"1a lezione (3 ore) - La comunicazione: il modello informazione-dialogo-relazione 2a lezione (3 ore) - La corporate communication: istituzionale, commerciale, interna e finanziaria 3a lezione (3 ore) - La comunicazione finanziaria (definizione, attori, obiettivi, pubblici, ruoli, posizione, competenze, gestione strategica e operativa) e il suo rapporto con il mercato dei capitali 4a lezione (3 ore) - La comunicazione obbligatoria (mandatory disclosure) e volontaria (voluntary disclosure): alcuni cenni normativi sui mercati finanziari e le società quotate e i risvolti operativi di questa distinzione 5a e 6a lezione (3 + 3 ore) - Financial media relations: le relazioni con i giornalisti finanziari (definizione, finalità, obiettivi, attori, sistema dei media, figura del giornalista finanziario, strumenti operativi, comunicati stampa "price sensitive", online media relations: web e social media) 7a e 8a lezione (3 + 3 ore) - Investor Relations: le relazioni con gli analisti e le società di rating (definizione, finalità, obiettivi, attori, pubblici e strumenti, figura dell'analista finanziario, società di rating, il ruolo del web e dei social media)"
Modalità di erogazione/ modello di insegnamento /apprendimento	Il corso prevede lezioni di didattica frontale, l'illustrazione di case history e di strumenti di comunicazione, nonché alcune significative testimonianze professionali (PR manager, investor relator, giornalisti, analisti finanziari, etc.). I partecipanti, inoltre, saranno coinvolti in attività di team working finalizzate alla redazione - guidata - di un comunicato stampa price sensitive e di public speaking mirate alla predisposizione - simulata - di un Q&A per la corporate spokesperson.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Modalità di verifica dell'apprendimento (Specificare se viene richiesto lavoro finale individuale/di gruppo...)	La verifica di apprendimento verrà effettuata attraverso un lavoro di gruppo che prevede la redazione di un comunicato stampa price sensitive (semplificato).
Bibliografia di Riferimento	"a) Comunicazione e comunicazione di impresa VOLLI U., Il nuovo libro della comunicazione. Che cosa significa comunicare: idee, tecnologie, strumenti, modelli, Il Saggiatore, Milano 2010 INVERNIZZI E., ROMENTI S. (a cura di), Relazioni pubbliche e corporate communication, 2 voll (1. Le competenze e i servizi di base; 2. La gestione dei servizi specializzati), McGraw-Hill, Milano 2013 COMIN G. (a cura di), Comunicazione integrata e reputation management, LUISS University Press, Roma 2019 b) Comunicazione finanziaria GUIDARA F., La comunicazione finanziaria. Come dialogare e convincere il mercato, Egea, Milano 2011 LAMBIASE A., Guida alle Investor Relations. Strumenti e metodi avanzati di comunicazione finanziaria, Maggioli, Rimini 2011 ALFIERO S., VIGNATI F., Financial P.R. La comunicazione finanziaria delle società quotate, Giuffrè Editore, Milano, 2014 "