



Scheda di presentazione (Allegato 1)

Proponente	FABRIZIO VIGNATI
Titolo del seminario	FINANCIAL COMMUNICATION
Obiettivi del Corso	Il corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti concettuali necessari per comprendere che cos'è e come si attua concretamente – attraverso le media e le investor relations – la comunicazione finanziaria delle società quotate.
Struttura del Corso	Partendo da un inquadramento di carattere generale sul tema della comunicazione e, successivamente, della comunicazione di impresa, il corso si focalizza sull'analisi della comunicazione finanziaria (<i>Financial P.R.</i>). Dopo una disamina degli aspetti principali della comunicazione finanziaria e dei suoi rapporti con le dinamiche del mercato dei capitali, il seminario affronta i principali aspetti giuridici sottesi alla distinzione tra comunicazione obbligatoria e volontaria. Il corso si conclude, infine, con una presentazione delle due principali attività operative che costituiscono la comunicazione finanziaria: le media relations e le investor relations.
Argomenti delle lezioni e modalità di erogazione	<ul style="list-style-type: none">- La comunicazione e la <i>corporate communication</i>- Le tipologie di comunicazione d'impresa (istituzionale, commerciale, interna e finanziaria)- La comunicazione finanziaria (definizione, attori, obiettivi, pubblici, ruoli, posizione, competenze, gestione strategica e operativa)- La comunicazione finanziaria e il mercato dei capitali- La comunicazione obbligatoria (<i>mandatory disclosure</i>) e volontaria (<i>voluntary disclosure</i>): riferimenti normativi sui mercati finanziari e le società quotate e risvolti operativi- <i>Financial media relations</i>: le relazioni con i giornalisti finanziari (definizione, finalità, obiettivi, attori, sistema dei media, figura



	<p>del giornalista finanziario, strumenti operativi, comunicati stampa “price sensitive”, online media relations)</p> <p>- <i>Investor Relations</i>: 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)</p> <p>Il corso prevede lezioni di didattica frontale e la presentazione di case history analizzate e discusse in aula.</p>
Docenti (allegare i relativi CV)	Fabrizio Vignati
Modalità di verifica dell'apprendimento (Specificare se viene richiesto lavoro finale individuale/di gruppo...)	La verifica di apprendimento avverrà sulla base di una prova scritta individuale che si compone di 10 domande teoriche con risposta V/F a cui va aggiunta una breve motivazione scritta.

Bibliografia di Riferimento

ALFIERO S., VIGNATI F., *Financial P.R. La comunicazione finanziaria delle società quotate*, Giuffrè Editore, Milano, 2014

Lecture di approfondimento:

a) sulla comunicazione di impresa

DOORLEY J., GARCIA H.F., *Reputation Management: the Key to successful Public Relations and Corporate Communication*, Routledge, London, 3° ed., 2015

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

b) sulla 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