

Tavola rotonda per la presentazione del volume

Valore e valori nelle relazioni organizzative e di pubblica utilità
a cura di Annamaria Esposito e Alessandra Mazzei

Mercoledì 4 giugno 2008, ore 11.00
Università IULM, Aula Seminari - VI piano
Milano, Via Carlo Bo 1

Qual è il **valore generato dalla comunicazione** che le organizzazioni pubbliche e private mettono in atto? E quali sono **le fonti di tale valore**? Queste sono due tra le più dibattute questioni che oggi pervadono il mondo della comunicazione aziendale.

L'idea che si sta affermando è che il valore economico della comunicazione abbia origine dalle relazioni che le organizzazioni instaurano con i propri interlocutori e di cui esse stesse sono costituite e permeate. A ciò si affianca la consapevolezza del fatto che tale valore economico nasce quando i processi relazionali e comunicazionali che lo guidano sono orientati da valori di tipo umano e professionale.

È questo il tema della **tavola rotonda** in programma il **4 giugno (ore 11.00)** presso l'**Università IULM** che trae spunto dalle riflessioni contenute nel volume ***Valore e valori nelle relazioni organizzative e di pubblica utilità***, edito da Carocci e curato da Annamaria Esposito, docente IULM del corso di laurea in Relazioni Pubbliche e Pubblicità, e Alessandra Mazzei, docente IULM del Corso di Laurea in Scienze e Tecnologia della Comunicazione

Arricchito dalla prefazione di Giovanni Puglisi, Rettore dell'Università IULM, il testo propone un percorso fatto di riflessioni teoriche e di presentazione di casi di organizzazioni profit e non profit e si avvale dei contributi di Emanuela Bonini Lessing, Filippo Dal Fiore, Francesca Del Favero, Michael Epstein, Annamaria Esposito, Riccardo Fedriga, Lucia Fenti, Sara Gava, Maurilio Gobbo, Laura Lorenzin, Alessandra Mazzei, Federico Montanari, Alberto Monteverdi, Francesco Piazza, Vincenzo Russo, Roberto Scarmiglia, Giampiero Vecchiato, Silvia Zanella. Contiene in conclusione delle interviste a soggetti che hanno testimoniato con l'impegno in prima persona i valori che dovrebbero impregnare il mondo della comunicazione: Franca Coin, Milena Gabanelli, Bernardo Lecci, Claudio Pasqualetto, Giovanni Rana, Luca Rigoni.

Con questo testo si apre la **nuova collana editoriale *Culture e Linguaggi della Comunicazione*** che, curata da Carlo Ricciardi e Lucia Rodler, rispettivamente preside della Facoltà di Scienza della comunicazione e dello Spettacolo docente del corso di Laurea in Relazioni Pubbliche e pubblicità dell'Università IULM, ha già in programma la pubblicazione di altri due nuove opere: *I linguaggi della marca. Periodi, modelli, casi* di Mauro Ferraresi e *Il linguaggio del management: significato, valori e culture* di Luca Quaratino e Vincenzo Russo.

Introdotta dagli stessi Carlo Ricciardi e Lucia Rodler, la tavola rotonda prevede gli interventi di:

- Roberto Aguiari, Docente di Economia e gestione delle imprese, Università Roma 3
- Luigi Castrignanò, Capo Ufficio Risorse Organizzative e Comunicazione, Stato Maggiore Esercito
- Mauro Gentile, Public Relations Manager, Porsche Italia
- Emanuele Invernizzi, Docente di Economia e tecnica della comunicazione aziendale, Università IULM,
- Stefano Rolando, Docente di Teoria e tecniche della comunicazione pubblica, Università IULM.

PER INFORMAZIONI:

Cantiere srl – Ufficio Stampa Università IULM
Francesco Pieri
Tel. 02.87383180
f.pieri@cantierecomunicazione.com
www.cantierecomunicazione.com