

Indice

Prefazione, di <i>Davide Arduini</i>	IX
Introduzione, di <i>Andrea Cornelli</i>	1
Prima parte. I pilastri delle Relazioni Pubbliche	
1 Corporate affairs, una nuova consapevolezza e un nuovo approccio alla complessità di <i>Paola Ambrosino</i> (con il contributo di <i>Annalisa Ferretti</i> e <i>Valeria Peverelli</i>)	9
2 Governare le relazioni: l'importanza dell'ascolto nello stakeholder engagement di <i>Diego Biasi</i>	18
3 Il pericolo della disinformazione, un problema antico come la storia del mondo di <i>Francesca Caon</i>	25
4 Quali perimetri per il mondo delle Relazioni Pubbliche: un profilo fra passato e futuro di <i>Flavio A. Ceravolo</i>	31
5 Il crisis management nell'era della permacrisi di <i>Pasquale De Palma</i>	42
6 Breve storia delle Relazioni Pubbliche e dell'evoluzione della professione di <i>Antonella Maria Lupica</i>	48

7	La funzione strategica dell'ufficio stampa in un panorama dei media sempre più articolato e in continua evoluzione di <i>Camillo Ricci</i>	58
8	Misurare i risultati nelle Relazioni Pubbliche: sfide critiche e prospettive future (2025-2030) di <i>Rossella Rosciano</i>	65
9	Le Relazioni Pubbliche oggi: uno sguardo internazionale di <i>Elena Silva</i>	75
10	L'importanza della comunicazione integrata di <i>Martin Slater</i>	83
11	Brand activism e pericolo -washing di <i>Rossella Sobrero</i>	90

Seconda parte. Conversazioni con i protagonisti

12	L'evento come strumento di comunicazione di <i>Federico Alberto</i>	99
13	Comunicare l'atleta nell'era della convergenza mediatica di <i>Marco Del Checcolo</i>	107
14	La comunicazione differenziante fa la differenza di <i>Alessandra Malvermi</i>	111
15	La comunicazione pubblica: a che punto siamo? di <i>Omer Pignatti</i>	116
16	Relazioni Pubbliche e marketing digitale nell'era della comunicazione fluida di <i>Massimo Romano</i>	121
17	Relazioni istituzionali: quanto mai vantaggiose, quanto poco valorizzate di <i>Maria Grazia Persico</i>	126

18 Visione double circular e AI-gency: le agenzie di PR sono il luogo in cui il messaggio si fa esperienza e il dato si fa visione di <i>Andrea Schiesaro</i>	131
19 Guida al cambiamento: dove visione, reputazione e inclusione si incontrano di <i>Caterina Tonini</i>	137
20 Umani e macchine: dallo scontro all'integrazione per campagne di comunicazione di successo. Come cambiano le Relazioni Pubbliche nell'era dell'intelligenza artificiale di <i>Beatrice Agostinacchio</i>	142
21 PR del futuro: innovare, ingaggiare e gestire il rischio con i clienti di <i>Mirka Ritelli</i>	146

Terza parte. Il ruolo della formazione

22 Nuove frontiere nella formazione dei comunicatori di <i>Renata Kodilja</i>	155
23 Formarsi per trasformarsi: la formazione come motore dell'evoluzione nelle PR di <i>Giulia Mentore</i>	164
24 Formare comunicatori nell'era dell'intelligenza artificiale: tra consapevolezza e rispetto per la complessità dell'esperienza umana di <i>Stefania Romenti e Grazia Murtarelli</i>	174
Postfazione, di <i>Massimo Moriconi</i>	183
Bibliografia	185
Gli Autori	191