

## Prof.ssa Alessandra Mazzei

Professore associato di Economia e gestione delle imprese presso l'Università IULM, dove insegna Brand & Corporate Communication e Comunicazione d'impresa.

Vice Direttore del Dipartimento di Business & LECB "Carlo A. Ricciardi" presso l'Università IULM.

Coordinatore del corso di laurea in Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa presso l'Università IULM.

Direttore dell'Osservatorio Employee Relations and Communication presso l'Università IULM, in partnership con un gruppo di aziende (già Working Group Employee Communication).

Direttore del Master of Intercultural Communication organizzato dal Geerts Hofstede Consortium.

Presidente del Geerts Hofstede Consortium costituito in partnership con Hanze University of Applied Sciences, Groningen, Olanda; Leeds Beckett University, Leeds, Regno Unito; Vilnius University, Vilnius, Lituania.

Visiting Professor presso la Aarhus School of Business and Social Sciences, University of Aarhus, Denmark.

Visiting Researcher presso il Department of Communication Studies, Baruch College/CUNY.

Visiting Professor Presso la Facoltà di Comunicazione della Vilnius University.

Componente dell'Advisor Board del Corporate Communication International at Baruch College/CUNY e dell'editorial board di diverse riviste accademiche.

Componente della Faculty del Dottorato in Comunicazione e mercati: economia, marketing e creatività dell'Università IULM.

È stata consulente in RSO spa, Milano, dove ha svolto attività di consulenza e di formazione manageriale sui temi della comunicazione aziendale e comunicazione pubblica, delle competenze del manager, del monitoraggio della comunicazione, dell'organizzazione aziendale e della gestione del personale.

Svolge attività di ricerca e di docenza sui seguenti temi: comunicazione interna, employee engagement e disengagement, silenzio, voce e dissenso nelle organizzazioni, comunicazione interna di crisi, comunicazione aziendale, reputation e brand management, gestione delle relazioni, marketing e

comunicazione dei beni ad alto contenuto di fiducia, pianificazione e ascolto degli stakeholder.

Tra le sue monografie: *Comunicazione e reputazione nelle università*, FrancoAngeli, Milano, 2004; *La comunicazione interna nelle fasi di sviluppo, crisi e ripresa dell'azienda*, FrancoAngeli, Milano, 2009; *Dialogare con gli stakeholder* (con Ravazzani S.), Franco Angeli, Milano; *Strategia e management della comunicazione d'impresa*, FrancoAngeli, Milano, 2015; *Employee engagement e disengagement*, FrancoAngeli, Milano, 2018.

Ha inoltre pubblicato articoli su numerose riviste internazionali e nazionali tra le quali *Corporate Communications: An International Journal*, *International Journal of Business Communication*, *International Journal of Strategic Communication*, *Journal of Communication Management*, *Journal of Management and Change*, *Mercati e competitività*, *Micro&Macro Marketing*, *Sinergie*, *The Total Quality Management Journal*.