

Bando Valore PA 2021

Struttura corso:

AMMINISTRAZIONI IN CAMMINO

Comunicazione istituzionale, social engagement e percorsi della fiducia

Descrizione del corso:

Il corso si struttura in 3 moduli formativi, tra loro strettamente collegati, cui si aggiunge un modulo finale destinato a “tradurre in pratica” gli input ricevuti nei primi tre moduli.

Il primo modulo esplora il significato sociologico e linguistico di “comunicazione efficace”, illustrando i diversi step che hanno consentito alla PA di migrare da un modello comunicativo ispirato a una logica a-comunicativa (il c.d. “burocratese”) a un modello fondato sulla reticolarità del digitale.

Il secondo modulo analizza invece le diverse forme e modalità della comunicazione sul web, focalizzando in particolare l’attenzione sulle potenzialità/opportunità offerte dalla Rete e nel contempo sui requisiti che devono caratterizzare messaggi destinati a essere condivisi sul web. Nell’ambito di questo secondo modulo, sarà inoltre dedicato uno specifico approfondimento ai profili professionali, con specifica attenzione alla figura del social media manager.

Il terzo modulo è dedicato ai processi di ascolto della cittadinanza, focalizzando l’attenzione sugli strumenti, i metodi e le *best practice* di specifici approcci alla progettazione (crowdsourcing, design thinking, co-design) che consentono non solo di identificare e realizzare soluzioni (digitali e non) sulla base delle esigenze di cittadini e utenti, ma anche di coinvolgere questi ultimi in processi partecipativi orientati al miglioramento di un’organizzazione o di una comunità.

Il quarto e ultimo modulo consiste in un’attività laboratoriale finalizzata alla realizzazione di uno o più piani di comunicazione (a seconda del numero dei partecipanti) che veda impegnati i partecipanti in piccoli gruppi e il cui esito sarà oggetto di presentazione e discussione finale.

Sintesi Del Programma Del Corso

MODULO 1: Dal burocratese alla Social PA (10 ore)

- 1) La comunicazione prima della comunicazione: il burocratese
- 2) Il Manuale di stile per la Pubblica Amministrazione
- 3) I media della comunicazione pubblica
- 4) Il ruolo del comunicatore pubblico
- 5) Nuovi modelli relazionali e strategie comunicative
- 6) La Social PA

7) Dall'ordinario allo straordinario: la crisis communication

MODULO 2: Comunicare la PA sul web (10 ore)

- 1) Il mondo del web: scenari e dati di diffusione delle principali piattaforme
- 2) Digital transformation della PA: a che punto siamo?
- 3) Curare la reputazione, gestire la visibilità
- 4) Progettare un piano di comunicazione
- 5) Il ruolo del social media manager
- 6) Il social media plan
- 7) Principali strumenti di gestione e monitoraggio

MODULO 3: Processi di ascolto (15 ore)

- 1) Strumenti e processi di Open Innovation per le organizzazioni pubbliche
- 2) Tecnologie e metodologie di partecipazione attiva
- 3) Crowdsourcing applicato a processi di innovazione nella PA
- 4) Design Thinking per la riorganizzazione delle amministrazioni
- 5) Coinvolgimento degli stakeholder per migliorare la UX dentro e fuori la PA
- 6) Co-design dei servizi pubblici

MODULO 4: Laboratorio/Project work (5 ore)

- 1) Progettazione e realizzazione di un piano di comunicazione
- 2) Presentazione e discussione in aula
- 3)

Metodologie didattiche applicate

Il corso integra modalità didattiche frontali, comprensive di presentazioni di case studies e di testimonianze di professionisti del settore, con attività laboratoriali ispirate alla logica del *learning by doing*, così che i frequentanti possano costantemente verificare sul campo le conoscenze e competenze acquisite.

Indicatori di outcome alimentati da questionario da sottoporre ai partecipanti al corso

Potenziamento delle attività di comunicazione e verifica della maggiore comprensione degli utenti rispetto all'attività dell'Ente

Obiettivi formativi del corso

Il corso si propone di guidare i partecipanti in un processo di apprendimento finalizzato a esplorare l'universo della c.d. "Social PA", focalizzando in particolare l'attenzione sia sulla fase della produzione dei contenuti che su quella relativa alla valutazione dell'efficacia degli stessi.

Dal primo punto di vista, alla fine del corso i partecipanti dovranno essere in grado di orientarsi, all'interno dell'ampia e articolata gamma degli strumenti di comunicazione, sapendo individuare, di volta in volta, i contenuti, i linguaggi e le pratiche di diffusione più funzionali al raggiungimento degli obiettivi prefissati, e nel contempo essendo in grado di contestualizzare i singoli messaggi/contenuti all'interno di un più ampio e strutturato piano di comunicazione.

Dal secondo punto di vista, alla fine del corso i partecipanti dovranno essere in grado di gestire in forma strutturata i processi di ascolto del cittadino (espressi nelle diverse forme e modalità che contraddistinguono l'interazione face-to-face quanto le logiche di Rete), categorizzando i feedback ricevuti, contestualizzandoli all'interno della più ampia azione amministrativa, infine traducendo gli input ricevuti in nuovi output per le successive attività comunicative.

Alla fine del corso, i partecipanti dovranno essere altresì in grado di progettare attività di comunicazione e di valutarne l'efficacia anche attraverso una sistematizzazione dei processi di ascolto, nell'ottica di una più ampia consapevolezza della centralità di tali attività nella costruzione della relazione fiduciaria con il cittadino.

Indicatori di output

- 1) Pianificazione della comunicazione pubblica in ambito social
- 2) Gestione dei social media in funzione degli obiettivi strategici della PA
- 3) Misurazione e monitoraggio delle performance della PA attraverso i media digitali

SEZIONE Dati principali:

Direttore/Coordinatore del Corso:

- 1) Marica Spalletta, Professore associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi
- 2) Lorenza Parisi, Professore associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi

Docenti del corso

- 1) Antonio Opromolla, docente Link Campus University
- 2) Valentina Volpi, docente Link Campus University

Durata del corso:

40