

Comunicazione efficace: utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione pubblica con i cittadini attraverso un approccio innovativo. Regole e strumenti per comunicare attraverso i social - Ascolto efficace, organizzazione delle informazioni

MOD	ARGOMENTO	DOCENTE	ORE
1	Comunicare attraverso i social, introduzione e spiegazione: Conoscere i diversi social a disposizione per comunicare con il cittadino (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram). Sapersi muovere con disinvoltura nel mondo dei social network.	Prof.ssa Silvia Platania o Dott.ssa Martina Morando o Dott.ssa Stefania Guttadauria	7 ore
2	Utilizzare i social per comunicare con il cittadino: Principi e regole della comunicazione pubblica ed istituzionale. Scegliere uno o più social adatti al tipo di servizio offerto.	Prof.ssa Silvia Platania o Dott.ssa Martina Morando o Dott.ssa Stefania Guttadauria	7 ore
3	Le strategie di utilizzo dei social: Tecniche e strategie di comunicazione per i social media Definire un piano di comunicazione Come utilizzare i social per valorizzare le attività ed i servizi della PA	Prof.ssa Silvia Platania o Dott.ssa Martina Morando o Dott.ssa Stefania Guttadauria	7 ore
4	Strategy e policy dei social network nelle PA: Comunicare in situazioni emergenza: ascoltare e reagire con efficacia nell'era dei social. Attività di analisi e monitoraggio del web e dei social media; "listening" e gestione dei commenti negativi sui social media Piattaforme online per la diffusione delle notizie. Fake news e Fact checking	Prof.ssa Silvia Platania o Dott.ssa Martina Morando o Dott.ssa Stefania Guttadauria	7 ore
5	La Comunicazione Pubblica: aspetti normativi e programmatici nella PA Digitale La L. 150/2000 e il DPR 422/2001 riferimenti e strumenti a distanza di oltre 15 anni dal riconoscimento della figura del comunicatore pubblico La rivoluzione digitale e l'introduzione di nuovi mezzi come smartphone e tablet hanno condizionato sia la comunicazione verso gli attori dell'informazione che verso i fruitori finali: i cittadini. Marketing pubblico: valorizzare il cittadino - <i>Marketing dei servizi pubblici</i> - <i>Cittadino cliente</i> - <i>Customer satisfaction</i> Le figure professionali e gli URP: loro ruolo peculiare nel corretto funzionamento delle "macchine" amministrative: i rapporti con le forme di comunicazione ufficiale e gli obblighi della trasparenza. Piano di comunicazione. La valutazione della comunicazione pubblica Comunicazione Istituzionale e Social Network: l'ultima frontiera della Comunicazione Pubblica L'utilizzo di Facebook Twitter LinkedIn come strumenti di informazione diretta ai cittadini, per il coinvolgimento e la partecipazione della comunità e per favorire la trasparenza della pubblica amministrazione	Avv. Giampaolo Teodori	6 ore
6	Introduzione al corso. Le prospettive della Comunicazione Pubblica e gli obblighi per la PA: pubblicità trasparenza, semplificazione del linguaggio e privacy La nuova Legge 150 tra proposte, nuove professionalità La nuova disciplina relativa agli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle Pubbliche Amministrazioni. Il D. Lgs. 33/2013 e i suoi riflessi nella stesura e pubblicazione degli atti Rapporto tra FOIA e Comunicazione istituzionale Le criticità relative alla pubblicazione web. Privacy e al trattamento dei dati nell'ambito dei social media e app istituzionali La semplificazione del linguaggio amministrativo e la comprensibilità del linguaggio: le Direttive della Funzione Pubblica sulla semplificazione del linguaggio dei testi amministrativi: Il manuale di stile. L'atto non come autoreferenzialità ma come comunicazione: la capacità comunicativa dell'atto come efficacia dell'azione amministrativa. Comunicazione, Smartworking e scambio di dati: tra aspetti normativi, procedurali e vicende emergenziali	Avv. Giampaolo Teodori E Prof. Vincenzo Capizzi	6 ore