

Valore PA 2020/2021

Corso di Formazione

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

Programma del corso:

Modulo	Data	Argomento	Metodologia	Link GoToMeeting
01 3 ore	24 marzo mercoledì 10.00 - 13.00	La comunicazione tradizionale e la comunicazione digitale, l'evoluzione della comunicazione	Lezione frontale introduttiva, interattiva e conoscitiva, con l'ausilio di contenuti visivi	
02 3 ore	29 marzo lunedì 10.00- 13.00	Tipologie di piattaforme, social e app di conversazione	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
03 3 ore	1 aprile giovedì 14.00-17.00	La costruzione della relazione e la costruzione della comunità e la definizione dell'identità dell'Ente	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
04 3 ore	7 aprile mercoledì 10.00-13.00	La definizione dei target	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
05 3 ore	12 aprile lunedì 10.00- 13.00	La comunicazione dei servizi	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
06 3 ore	15 aprile giovedì 14.00-17.00	La scelta delle modalità e della strategia di comunicazione Il linguaggio non ostile	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
07 3 ore	21 aprile mercoledì 10.00-13.00	La Social Media Policy	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
08	26 aprile	La digital reputation	Lezione frontale interattiva,	



3 ore	lunedì 10.00-13.00		con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
09 3 ore	29 aprile giovedì 14.00-17.00	Il monitoraggio delle azioni di comunicazione	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
10 3 ore	3 maggio mercoledì 10.00-13.00	Esempi di buone prassi	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
11 3 ore	6 maggio giovedì 14.00-17.00	Lo storytelling	Lezione frontale interattiva, con l'ausilio di contenuti visivi e con l'analisi dell'esperienza vissuta dai discenti	
12 3 ore	12 maggio mercoledì 10.00-13.00	La costruzione dell'informazione e della notizia: la redazione	Brainstorming, analisi e sintesi collettiva dei contenuti emersi	
13 4 ore	17 maggio lunedì 9.30-13.30	Sintesi di regole e strumenti individuati nel corso degli incontri	Brainstorming, analisi e sintesi collettiva dei contenuti emersi	

Tutor: lascuola@ancitoscana.it 055.0935293

Responsabile: Prof.ssa Giuseppina Iacoviello – Dipartimento di Economia e Management, Università di Pisa

Coordinamento: Dott. Iacopo Cavallini – Dipartimento di Economia e Management, Università di Pisa iacopo.cavallini@unipi.it

Obiettivi del corso:

- 📄 Miglioramento delle conoscenze sulle pratiche riguardanti la comunicazione digitale della PA
- 📄 Rafforzamento delle strategie e buone prassi
- 📄 Miglioramento della capacità di penetrazione della comunicazione verso i diversi target di riferimento
- 📄 Comprensione dell'efficacia e dell'utilizzo degli strumenti messi a disposizione dalle ICT
- 📄 Aumento della consapevolezza del ruolo nell'utilizzo degli strumenti digitali di comunicazione
- 📄 Rafforzamento delle competenze individuali dei discenti, e conseguente trasferimento delle conoscenze ai colleghi e agli utenti
- 📄 Rafforzamento delle capacità di problem solving

Indicatori di output:

- 📄 Innalzamento dell'utilizzo degli strumenti di comunicazione digitale verso l'utenza, in termini di post, messaggistica, trasferimento di dati, servizi
- 📄 Incremento dell'utilizzo degli strumenti di comunicazione digitale all'interno dell'amministrazione

Indicatori di outcome:

- 📄 Incremento dell'utilizzo degli strumenti di comunicazione digitale da parte dell'utenza
- 📄 Incremento del numero di servizi offerti attraverso gli strumenti di comunicazione digitale
- 📄 Riduzione dei tempi di attesa