



Progetto Valore PA – 2020

Interagire con i cittadini e gestire i social media istituzionali

Corso di 2° Livello, Tipo A – 50 ore

Area tematica:

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

Soggetto proponente:

Università degli Studi di Padova – Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata (FISPPA)

Partner:

Format.bo – Consulenza, Formazione, Editoria

Sede del corso:

Padova

Descrizione del corso e obiettivi

Il corso ha come oggetto principale il tema della comunicazione pubblica con particolare riferimento all'uso dei social. L'obiettivo del corso è quello di dare ai partecipanti strumenti per assumere il ruolo e i compiti di Social media manager istituzionale, per informare sulle attività della PA e comunicare con i cittadini.

A partire dai concetti base della comunicazione, le principali aree tematiche affrontate dal corso sono: le caratteristiche della comunicazione sul web e i new media, le forme e i linguaggi del web, le identità virtuali in rete, il digital divide e le disuguaglianze nell'uso dei new media, come cambia la comunicazione istituzionale con il web (trasparenza, accessibilità, ascolto e dialogo con i cittadini).

Consapevoli del fatto che possono emergere anche situazioni di conflitti in rete, ci soffermeremo sulla gestione del dissenso e dei commenti negativi. L'importanza e l'impatto della comunicazione istituzionale sui social va considerato su due assi principali: da un lato per l'immagine e la reputazione istituzionale; dall'altro, per l'ascolto e la creazione di un clima di fiducia tra istituzioni e cittadini.

Il corso si svilupperà in 10 incontri da 5 ore ciascuno per un totale complessivo di 50 ore. Gli incontri saranno organizzati con cadenza quindicinale.

Primo incontro (5 ore) – I processi di comunicazione tra vecchi e nuovi media

Dalla comunicazione di massa ai new media: i cambiamenti del mezzo, dei messaggi, degli users. La formazione dell'opinione pubblica tra media tradizionali e nuovi media.

Secondo incontro (5 ore) – Identità virtuali e digital divide

Reputazione, immagine e presentazione di sé in rete: dall'individuo alle istituzioni. Il digital divide e le disuguaglianze in rete. Disinformazione, "bufale" e fake news: come è possibile limitarne l'impatto.

Terzo incontro (5 ore) – I social network

Cosa sono e come funzionano (da Facebook a Instagram, LinkedIn, Twitter, Telegram, ecc.). La comunicazione istituzionale dal portale ai social: differenze e specificità dei canali. Esempi di buona gestione della comunicazione istituzionale sui canali social attraverso la frequenza degli interventi del moderatore/social media manager

Quarto incontro (5 ore) – Istituzioni e social network

Usare bene i social media è fondamentale per l'immagine e la reputazione istituzionale e, soprattutto, per mantenere un costante dialogo con i cittadini. Autorevolezza, verificabilità e uso delle fonti per la comunicazione istituzionale in rete. I social media manager nella PA: attività, compiti e competenze.

Quinto incontro (5 ore) – Dialoghi e conflitti in rete

Usare i social per la comunicazione con i cittadini presuppone due tipi di capacità: selezionare i messaggi a cui rispondere e scegliere parole e tono della risposta, soprattutto quando si tratta di commenti negativi.

Sesto incontro (5 ore) – Disinnescare i conflitti in rete

Disinnescare il conflitto e dissentire senza litigare: gli errori da evitare per ascoltare e raccogliere commenti, contrastando la cattiva informazione. Gestire il conflitto in rete per la reputazione istituzionale.

Settimo incontro (5 ore) – Comunicazione istituzionale e piano di comunicazione

La comunicazione istituzionale in rete: accessibilità, trasparenza, interazione con i cittadini. Coordinate generali per redigere un piano di comunicazione istituzionale.

Ottavo incontro (5 ore) – Piano di comunicazione strumenti di monitoraggio

Dal progetto al briefing. Pianificare tempi, modi e risorse per il piano redazionale.

Nono incontro (5 ore) – Piano di comunicazione e piano editoriale

Il glossario per il social media manager e gli strumenti per una comunicazione efficace.

Decimo incontro (5 ore) – Validazione consensuale

Laboratorio conclusivo ed esercitazione per la valutazione dell'apprendimento.

Metodologia di tutti gli incontri

Oltre all'ampliamento e approfondimento delle conoscenze con contenuti trasmessi attraverso lezioni frontali, il corso permetterà di affinare l'utilizzo di strumenti e comportamenti professionali con la proposta di attività laboratoriali. Attraverso studio di casi, test e prove pratiche, esercitazioni, pillole video, simulazioni e *role playing* su situazioni reali verranno promosse modalità formative di *learning by doing*.

Indicatori di output

Aumento della quantità e della qualità della comunicazione scritta e della produzione di messaggi per i social istituzionali. Miglioramento delle competenze di chi ha il ruolo di social media manager o ne ha assunto le attività e i compiti.

Indicatori di outcome

Aumento del numero di evidenze che attestino la maggiore comprensione da parte dei cittadini e degli utenti delle finalità istituzionali degli Enti dove operano i partecipanti. Interventi di moderazione mirati ed efficaci in caso di commenti negativi.

Durata del corso

Il corso inizierà tra Febbraio e Marzo 2021 e si chiuderà entro 6 mesi dalla data del primo incontro.

Attestato e certificazioni

Alla fine del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione a fronte della frequenza di almeno il 75% delle lezioni in aula.

Direttore didattico

LUCA TRAPPOLIN – (Ricercatore DPR 232/11 art.2 – Tempo pieno; Sociologo – SSD SPS/07). Ricercatore confermato a tempo indeterminato presso il Dipartimento FISPPA dell'Università degli Studi di Padova dal 31/03/2011. Professore Aggregato di Sociologia delle differenze (ai sensi dell'art. 1 comma 11 della legge 4/11/2005, n. 230); docente di Sociologia della famiglia. Da anni attivo nella progettazione e nel coordinamento di ricerche e ricerche-azione nazionali e internazionali su temi legati alle trasformazioni e ai conflitti delle società contemporanee.

Gruppo docenti (Faculty)

RENATO STELLA – Professore ordinario di Sociologia dei processi culturali e comunicativi (SPS/08). E' stato presidente del corso di laurea in Scienze Sociologiche dalla sua fondazione nel 2001 fino al 2005 e nell'AA 2009/2010. Ha ricoperto l'incarico di vice preside della Facoltà di Scienze Politiche dal 2001 al 2008. È stato Direttore del Dipartimento di Sociologia dal 2005 al 2008. E' stato membro del Collegio docenti del Dottorato in Sociologia dei processi comunicativi e interculturali nella sfera pubblica dell'Università di Padova dal 1999 sino al 2009 e dal 2012 al 2013. È attualmente membro del gruppo di ricerca Pa.S.T.I.S. (Padova Science, Technology & Innovation Studies). Esperto di Communication Studies e di formazione sui temi della comunicazione pubblica.

SIMONETTA SIMONI – Format.bo srl. Psicosociologa delle organizzazioni, docente a contratto per vent'anni tra l'Università di Urbino (Corso di Laurea in Psicologia del Lavoro) e di Venezia (Corso di Laurea in Politiche sociali e organizzazione dei servizi). Formatrice e consulente per servizi sociosanitari (Comuni e AUSL), imprese sociali e aziende del settore bancario e assicurativo.

STELLA SALADINO – Digital Strategist & Copywriter Freelance, si occupa in particolare di sviluppo e rafforzamento dell'identità del Brand, della valorizzazione e dell'aumento della visibilità online. Lavora da 10 anni nella comunicazione digitale per agenzie di comunicazione, aziende ed enti come: FICO Eatlyworld, Robintur, Banca di Bologna, Cosmobile, Università di Bologna, Comune di Imola. Tiene corsi e incontri di formazione sui temi della Comunicazione Digitale, Personal Branding, Brand Positioning, Coaching Creativo per aziende e startup.

MARCO CALLEGARO – Università degli Studi di Padova, Area Servizi Informatici e Telematici. Dal 2015 si occupa della gestione e l'implementazione delle attività tra l'Ateneo e il consorzio interuniversitario Cineca. Dal 2018 collabora con Pixwell srl, società di web marketing, comunicazione digitale e sviluppo web, come project manager per la gestione dei progetti innovativi.

DAVIDE SERGIO ROSIN – Pixwell srl. Imprenditore nell'ambito digital, nel 2015 fonda la startup innovativa Pixwell Srl, società di web marketing, comunicazione digitale e sviluppo web, incubata presso lo Start Cube - Parco Scientifico e Tecnologico di Padova. Nel 2018 fonda ed è CEO di Oone Srl, startup innovativa che ha sviluppato un portale per l'internazionalizzazione delle PMI.

Informazioni

Per qualsiasi informazione, scrivere al Direttore didattico del corso:

Luca Trappolin

Sede FISPPA di Via Cesarotti 10/12

35123 Padova

Email: luca.trappolin@unipd.it

Studio: 049-8274344

Cellulare: 340-0062864