

# LA COMUNICAZIONE PUBBLICA per la Trasparenza, la Semplificazione, l'Accesso e le nuove opportunità di relazione con il cittadino

Aggiornamento e formazione professionale, conforme alla L. 150/2000, al DPR 422/2001 e valida per i crediti di qualificazione professionale di comunicatore pubblico (L.4/2013)

## Programma 2018 - Torino

### **MODULO 1. "Obblighi e opportunità di comunicazione pubblica" - 24 ore**

***martedì, 19 giugno 2018***

#### **"La Pubblica Amministrazione come sistema relazionale" (6 ore)**

- Le principali norme in materia di comunicazione pubblica (L. 241/1990, D.lgs n. 29/1993, L. 150/2000, D.lgs n. 196/2003...) e loro applicazione;
- norme in materie collegate alla comunicazione pubblica;
- la funzione di comunicazione nelle P.A. e il nuovo profilo del "Comunicatore Pubblico"
- il codice di comportamento dei dipendenti pubblici.

***mercoledì, 20 giugno 2018***

#### **"Comunicazione, trasparenza e anticorruzione" (6 ore)**

- "Amministrazione trasparente": obblighi, opportunità e buone prassi;
- le norme per la trasparenza e le prescrizioni dell'ANAC;
- l'open government in Italia e in Europa: nuovi modelli di comunicazione;
- Il Freedom of Information Act: opportunità e cautele.

***martedì, 26 giugno 2018***

#### **"Comunicazione, sicurezza delle informazioni e tutela della privacy" (6 ore)**

- Il regolamento europeo sulla privacy: obblighi e opportunità per le P.A.;
- formato aperto e dati aperti: affidabilità, disponibilità e riservatezza delle informazioni;
- quali gli obblighi di pubblicazione on line;
- caratteristiche degli open data, riuso efficace, Linked data e Big data.

***mercoledì, 27 giugno 2018***

#### **"Semplificazione amministrativa e semplificazione del linguaggio" (6 ore)**

- Aspetti giuridici e aspetti comunicativi della semplificazione;
- semplificare i processi amministrativi;
- semplificare il linguaggio delle Istituzioni e la scrittura amministrativa;
- nuovi media, stili comunicativi efficaci, ambiguità ed errori redazionali.

### **MODULO 2. "Comunicazione integrata" – 12 ore**

***mercoledì, 4 luglio 2018***

#### **"La comunicazione politica e la comunicazione di servizio al cittadino" (6 ore)**

- Il rapporto con i cittadini tra condivisione, coinvolgimento e comunicazione;
- il ruolo del portavoce e il coordinamento con le strutture per l'informazione e la comunicazione;
- l'URP 2.0: organizzazione delle attività di back office e front office dallo sportello fisico alla rete dei servizi on line;
- le strategie di ascolto: il rapporto con i cittadini tra condivisione, coinvolgimento e comunicazione.

**giovedì, 5 luglio 2018**

**“Ufficio stampa 2.0” (6 ore)**

- Fare informazione di servizio: le relazioni con i mass media;
- strumenti dell’informazione: media “classici” e media interattivi;
- il monitoraggio dei nuovi media nel ‘mare magnum’ dell’offerta sul web;
- errori e trappole nell’uso delle fonti informative (il “fact check”);
- notizia, comunicato stampa, conferenza e cartella stampa.

**MODULO 3. “Comunicazione e organizzazione” - 18 ore**

**martedì, 4 settembre 2018**

**“La comunicazione organizzativa” (6 ore)**

- Come evolve l’organizzazione: tra comunicazione interna e comunicazione organizzativa;
- mission, vision, valori: coinvolgimento, condivisione, appartenenza;
- criticità nella comunicazione all’interno delle organizzazioni complesse;
- la resilienza come leva dell’empowerment organizzativo: risorsa di comunicazione.

**mercoledì, 5 settembre 2018**

**“Relazione interpersonale e comunicazione” (6 ore)**

- Le “regole” alla base dei processi comunicativi;
- sviluppare le capacità di ascolto e l’assertività come competenze di lavoro;
- gestire le situazioni conflittuali;
- integrare ruolo professionale e “persona”;
- riconoscere i segnali di stress e il ruolo delle emozioni nella relazione.

**martedì, 11 settembre 2018**

**“Le relazioni nel gruppo di lavoro” (6 ore)**

- Lavorare in gruppo in modo efficace;
- dinamiche base nel funzionamento dei gruppi;
- metodi di organizzazione delle attività, suddivisione dei ruoli e costruzione di interdipendenza-interazione-integrazione;
- ruolo e caratteristiche della leadership.

**MODULO 4. “Comunicazione pubblica web e digital” – 36 ore**

**mercoledì, 12 settembre 2018**

**“Principi di Amministrazione digitale” (6 ore)**

- La P.A. digitale: opportunità e fattori critici nella comunicazione di rete;
- il Codice dell’Amministrazione digitale: adempimenti, obblighi ed effetti sui modelli organizzativi;
- identità digitale, firma digitale, PEC, SPID...: opportunità, burocrazia 2.0 e i rischi del Digital Divide;
- l’Agenda digitale italiana ed europea.

**martedì, 18 settembre 2018**

**“La P.A. 2.0: strategie e regole di presenza in rete” (6 ore)**

- Il governo di un sistema organico di comunicazione on line;
- tra piano editoriale digitale e web 3.0.;
- giurisprudenza: dal Codice civile al diritto d’autore, dalle ‘Creative Commons’ alla Italian Open Data License.

**mercoledì, 19 settembre 2018**

**“Il sito web per un servizio efficace al cittadino” (6 ore)**

- I portali istituzionali: linee guida e norme per la costruzione dei siti istituzionali, l'organizzazione e indicizzazione dei contenuti;
- l'offerta di contenuti: organizzazione, gestione, aggiornamento;
- l'integrazione con gli altri canali e strumenti interattivi.

**martedì, 25 settembre 2018**

**“P.A., Social network e comunicazione pubblica 2.0.” (6 ore)**

- I social per ampliare la relazione con il cittadino (creazione di contenuti efficaci, il monitoraggio delle pagine, la policy e la gestione dei commenti);
- piattaforme sociali: opportunità, utilizzo, fattori critici, uso efficace, presidio;
- panoramica su Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Google+.

**mercoledì, 26 settembre 2018**

**“Social media marketing per la P.A.” (6 ore)**

- Sviluppare e gestire una strategia “Social” efficace;
- comunicazione integrata e sistemica multicanale/multimediale/multiplatforma;
- generare la visibilità e costruire la community;
- cenni di marketing virale.

**martedì, 2 ottobre 2018**

**“Laboratorio pratico Social” (6 ore)**

Impostare una campagna di comunicazione con i social media:

- la definizione di una strategia: i quattro passaggi chiave;
- scrivere un post in modo efficace a seconda della piattaforma;
- la realizzazione di un minivideo e la sua gestione con YouTube;
- la pubblicazione su Fb con il cross-posting;
- la diffusione su Instagram, Twitter e LinkedIn

**Associazione “Comunicazione Pubblica”**

**Via Taramelli 12, 20124 Milano**

**Tel. 02 67100712 - [formazione@compubblica.it](mailto:formazione@compubblica.it)**

**[www.compubblica.it](http://www.compubblica.it)**

Milano, aprile 2018