

Soggetto proponente: Università Politecnica delle Marche, Dipartimento di Management

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
- Ascolto efficace, organizzazione delle informazioni (primo livello).

Titolo del Corso: COMUNICARE CON IL CITTADINO: OPPORTUNITA' E CRITICITA' DEGLI STRUMENTI DIGITALI

Coordinatore didattico: Prof.ssa Federica Pascucci, prof.ssa Associata presso il Dipartimento di Management, Facoltà di Economia "Giorgio Fuà", Università Politecnica delle Marche.

Durata del corso

Il corso avrà una durata di 40 ore complessive.

Inizio previsto: FEBBRAIO 2025;

fine corso prevista: APRILE 2025.

Sede: Il corso si svolgerà in modalità online, tramite la piattaforma Teams.

Descrizione del corso

Nell'attuale era della connessione, in cui il cittadino ha maturato nuove esigenze, aspettative e competenze digitali, la Pubblica Amministrazione è chiamata ad adottare un approccio innovativo alla comunicazione: per comunicare in maniera efficace con cittadini, utenti e stakeholder, gli enti pubblici devono saper utilizzare gli strumenti digitali in modo corretto e strutturato. A tale scopo, serve un approccio strategico, che preveda la corretta individuazione dei destinatari della comunicazione, la scelta dei giusti canali, la realizzazione di piani editoriali e di contenuti efficaci. La comunicazione non serve soltanto a fornire tempestivamente informazioni pertinenti e dettagliate al cittadino, ma anche e soprattutto per instaurare con esso un dialogo proficuo e per sviluppare nuove modalità di coinvolgimento (engagement). A tale scopo, i social media sono uno dei touchpoint più efficaci: gli spazi social rappresentano infatti un canale, sia per informare e comunicare in maniera efficace, sia per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare le istanze e le necessità dei cittadini e monitorare il loro livello di soddisfazione. Il loro efficace utilizzo però non può essere improvvisato, necessitando di conoscenze e di competenze specifiche, che questo corso vuole contribuire a formare.

Obiettivi formativi del corso

Il corso mira a fornire le conoscenze e le competenze necessarie per sviluppare una più efficace comunicazione con il cittadino, fondata sull'uso dei nuovi mezzi digitali ed in primis sull'utilizzo dei social media, allo scopo di generare senso di appartenenza e coinvolgimento nel cittadino ed accorciare la distanza tra questo e la PA.

Al termine del corso, i partecipanti avranno acquisito le seguenti conoscenze e competenze:

- conoscenza dello scenario della comunicazione digitale della PA;
- comprensione delle potenzialità e criticità derivanti dall'uso dei social al fine di ascoltare, dialogare e coinvolgere i cittadini;
- capacità di elaborare un piano editoriale, fondato sui principi del content marketing;
- capacità di creare contenuti efficaci con strumenti digitali;
- comprensione dei principi e delle tecniche principali per il monitoraggio dei risultati delle attività realizzate.

Le proposte formative saranno sviluppate basandosi su **metodologie didattiche attive**, attraverso la discussione di casi reali e il ricorso ad esempi pratici; esercitazioni e project work consentiranno un approfondimento di tutti gli argomenti trattati.

Indicatori di output

Alcuni indicatori di output del corso sono:

- capacità di scegliere il social media più idoneo in funzione del contenuto e dell'audience da raggiungere;
- capacità di aprire un profilo istituzionale;
- capacità di elaborare post efficaci;
- capacità di elaborare un piano editoriale;
- capacità di misurare i risultati delle attività.

Programma del corso

1. La nuova era della comunicazione "always on" (sempre connessi): come cambia la relazione con il "cittadino digitale"

- la gestione della relazione con il cittadino e l'evoluzione dei modelli di comunicazione;
- l'importanza di definire una strategia di comunicazione;
- gli strumenti digitali e i social media all'interno della strategia di comunicazione pubblica.

2. Il ruolo dei social media nella strategia di comunicazione dell'ente pubblico:

- i social come mezzo per ascoltare i cittadini (obiettivi e strumenti per il social listening);
- i social come mezzo per dialogare con il cittadino;
- i social come mezzo per coinvolgere il cittadino;
- i social come strumento per la gestione della reputazione (cenni alla gestione delle crisi e dei feed-back negativi).

3. Il social media marketing nelle PA e le principali piattaforme social:

- caratteristiche e funzionalità delle principali piattaforme;
- obiettivi perseguibili e buone pratiche di comunicazione.

4. Content marketing e piano editoriale per i social: dalle idee agli strumenti operativi

- l'importanza dei contenuti;
- tipologie e formati dei contenuti;
- strumenti per la creazione e gestione dei contenuti;
- tecniche e strumenti di copywriting;
- l'elaborazione di un piano editoriale.

5. Quale ruolo dell'Intelligenza Artificiale nella strategia di comunicazione pubblica? Opportunità e rischi

6. La misurazione dei risultati: cenni sulla Social Media Analytics:

- l'importanza della misurazione dei risultati
- indicatori e metriche per la misurazione delle attività sui social.

Ci si riserva la possibilità di aggiornare e modificare parzialmente i contenuti specifici del corso, in funzione dell'evoluzione tecnologica e dei frequenti cambiamenti che gli strumenti oggetto di studio presentano.

Docenti interni:

Prof.ssa Federica Pascucci

Prof. Valerio Temperini

Prof. Luca Marinelli