

VALORE P.A. - AVVISO DI SELEZIONE E RICERCA DI CORSI DI FORMAZIONE 2020

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

Area Tematica oggetto dell'iniziativa formativa: Comunicazione efficace: utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione pubblica con i cittadini attraverso un approccio innovativo. Regole e strumenti per comunicare attraverso i social.

Livello: 1

Soggetto proponente: MIP Politecnico di Milano Graduate School of Business

Durata corso: 40 ore

Direttore/Coordinatore didattico-scientifico: prof. Tommaso Agasisti

Descrizione del corso:

Le abitudini di comunicazione dei cittadini si sono spostate significativamente verso i nuovi media, con una accelerata dettata dalla pandemia da Covid-19. Di conseguenza è in crescita il numero di Pubbliche Amministrazioni che vedono nei nuovi media uno strumento per comunicare con i propri utenti. La dinamica di evoluzione degli strumenti social e delle loro funzionalità è in costante aggiornamento.

Diventa quindi cruciale per le PA individuare nuove figure professionali con competenze specialistiche in grado di comunicare in modo efficace attraverso i nuovi strumenti digitali. Figure non solo impegnate pianificazione editoriale e nella gestione quotidiana delle pagine social, raggiungendo efficacemente una platea la più ampia possibile, ma anche in grado di sfruttare gli strumenti per analizzare i bisogni dell'utenza e integrarli all'interno dei processi decisionali delle Amministrazioni.

Il corso si pone l'obiettivo di fornire le competenze di base ai dipendenti pubblici che gestiscono, a diversi livelli, i social media (responsabili e operatori URP, uffici stampa, responsabili della comunicazione istituzionale, social media manager) e che sono interessati a sfruttare il valore generato dalla presenza delle proprie Amministrazioni sui new media.

Obiettivi formativi del corso:

Il corso si pone i seguenti obiettivi:

- introduzione alla comunicazione pubblica;
- nuovi paradigmi di comunicazione e partecipazione fra PA e cittadini;
- presentazione dei principali social media sottolineandone potenzialità e limiti per la PA e per i cittadini;
- fondamenti di comunicazione tramite social media: dal design efficace della comunicazione, allo storytelling 3.0, al webmarketing e all'approccio multicanale nella comunicazione con il cittadino;
- quadro delle competenze necessarie per poter gestire la comunicazione tramite i social media;
- modelli organizzativi e nuove figure professionali legate alla gestione dei canali social;
- strumenti, metodi e tecniche per pianificare e monitorare la comunicazione digitale;
- quadro degli strumenti disponibili per poter trasformare i dati generati sui social media in informazione a valore aggiunto per l'organizzazione.

Indicatori di output:

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- pianificare efficacemente la comunicazione pubblica sui social media;

- individuare, attivare e operare sui social media più appropriati in funzione degli obiettivi strategici dell'Amministrazione;
- organizzare le risorse umane per una gestione efficace dei social media;
- produrre contenuti efficaci in relazione al social media scelto e al contenuto del messaggio;
- attivare i sistemi di misurazione e monitorare le performance sui differenti social media;
- assumere decisioni coerenti con il sistema di monitoraggio disponibile/implementato.

Indicatori di outcome: Rispetto ad attività di comunicazione svolte con il contributo del partecipante al corso, aumento del numero di evidenze che attestino la maggiore comprensione degli utenti dell'attività dell'Ente.

Programma del corso

Prima giornata

Introduzione alla comunicazione pubblica e alla partecipazione civica

Mattina (9-13)

- Che cos'è la comunicazione e cosa significa comunicare
- Il modello dell'open government a supporto delle decisioni pubbliche

Irene Vanini, Politecnico di Milano

Luca Tangi, Politecnico di Milano

Introduzione ai social media nella Pubblica Amministrazione tra opportunità e limiti

Pomeriggio (14-18)

- I social media nella Pubblica Amministrazione: strumenti, potenzialità e limiti
- Social media marketing: l'approccio strategico ai social media
- L'approccio multicanale al cittadino

Claudio Russo, Politecnico di Milano

Debora Bettiga, Politecnico di Milano

Seconda giornata

La pianificazione della comunicazione sui canali social media: il piano editoriale

Mattina (9-13)

- La definizione del piano editoriale: la scelta del canale, dei contenuti e del target

Mario Rodriguez, MR e Associati

L'organizzazione e le competenze per la gestione dei canali social media

Pomeriggio (14-18)

- I modelli organizzativi per la gestione efficace dei social media
- Le nuove figure professionali legate ai social media: i ruoli, le competenze, i requisiti
- *Testimonianza: di un caso di una PA che ha definito una struttura organizzativa di successo nella gestione dei social media*

Mario Rodriguez, MR e Associati

Terza giornata

Dallo storytelling alla campagna social media

Mattina (9-13)

- L'importanza dello storytelling: come scrivere in modo efficace un post
- *Esercitazione: esempi di progettazione e realizzazione di contenuti*

Salvatore Dama, giornalista, social media producer

Pomeriggio (14-18)

- Gestire le campagne di Facebook e Instagram Ads
- *Testimonianza: di una PA che utilizza in maniera estensiva i social media e le funzionalità di promozione*

Salvatore Dama, giornalista, social media producer

Quarta giornata

Il monitoraggio della comunicazione e l'analisi sul pubblico

Mattina (9-13)

- I KPI (Key Performance Indicators) e le analisi da social media: da monitoraggio offline a real time analytics
- Il reporting della comunicazione: dashboard e scorecards

Deborah Agostino, Politecnico di Milano

Pomeriggio (14-18)

- *Caso: applicativo di monitoraggio delle attività di comunicazione sui social media*

Deborah Agostino, Politecnico di Milano

Quinta giornata

Web crawling e tecniche di data analysis

Mattina (9-13)

- Le API di Twitter, Facebook e Instagram
- Tecniche di sentiment e content analysis e il valore dell'analisi dei dati

Marco Brambilla, Politecnico di Milano

Dal dato all'informazione a fini decisionali: social media analytics

Pomeriggio (14-18)

- Gli strumenti di social media analytics: Facebook e Instagram analytics
- Piattaforme avanzate di web monitoring e sistemi integrati di social media analytics

Emanuele Della Valle, Politecnico di Milano