



SNA

Presidenza del Consiglio dei Ministri
Scuola Nazionale dell'Amministrazione

**Dipartimento di
Management & Organizzazione**

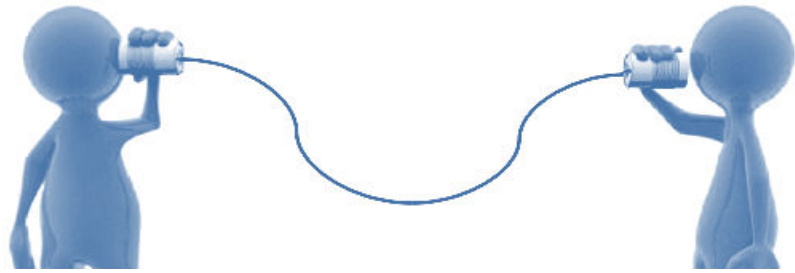
**AREA
Comunicazione Pubblica**

**Progetto Didattico
MANAGEMENT della
COMUNICAZIONE
PUBBLICA
e Istituzionale**

(ex l.150/2000)

SERVIZIO FORMAZIONE

Comunicazione Pubblica e Soft Skills



La comunicazione rientra in quelle abilità cosiddette "*Soft Skills*", ovvero le **competenze trasversali** allo svolgimento di molte attività professionali.

Il termine è complementare a *Hard Skills*, che indica invece le competenze tecniche.

Nelle organizzazioni complesse però, **le sole competenze tecniche non rappresentano una diretta connessione con risultati eccellenti.**

Un approccio di valorizzazione delle competenze trasversali favorisce il potenziamento dello spirito collaborativo, del senso di appartenenza, della flessibilità rispetto ai cambiamenti e dell'attitudine creativa.

Le *Soft Skills* costituiscono abilità ineludibili in un mondo sempre più multiculturale e dove il lavoro di gruppo rappresenta uno strumento indispensabile per il successo.

Qualsiasi ruolo si ricopra, **è necessario instaurare relazioni proficue** e ciò è possibile solo se si è in grado di creare sintonia con le persone che ci circondano e che collaborano con noi, ci guidano, ci supportano nel lavoro di tutti i giorni o acquisiscono i risultati del nostro lavoro.

Fin dall'introduzione della prima legge che ha disciplinato la comunicazione nella Pubblica Amministrazione (l.150/2000), **comunicare**, ovvero facilitare la diffusione delle informazioni e migliorare lo scambio interattivo bidirezionalmente proficuo fra i cittadini e la burocrazia, è diventato **non solo un atto obbligatorio ma anche strategico per lo Stato.**

A vertical decorative bar on the left side of the page, filled with a variety of light blue and grey icons. These icons represent different aspects of communication, technology, and business, such as speech bubbles, gears, charts, airplanes, and social media symbols.

Lo Scenario di riferimento

La **comunicazione pubblica** rientra nelle competenze di diverse figure professionali delle amministrazioni centrali e locali dello Stato italiano.

In ogni istituzione sono previsti **addetti al servizio di informazione esterna** sia verso i media che verso i cittadini/utenti.

In particolare la **legge n.150/2000**, nell'individuare le figure preposte, fissa temi di approfondimento e durate minime per l'acquisizione dei requisiti di "**comunicatore pubblico**" al quale serve un *know-how* dedicato sia alla programmazione che all'operatività.

Gli obiettivi e la metodologia

Il corso ha l'obiettivo di fornire tutte le competenze necessarie ai professionisti della comunicazione pubblica e istituzionale, fornendo i **contenuti previsti** dalla **L.150/2000** e dal **DPR 422/2001** erogati appunto in **60 ore di didattica** da giornalisti - esperti di comunicazione e addetti stampa professionisti.

Partendo da un necessario approccio legislativo, le sessioni didattiche proseguono in modo laboratoriale con l'attenzione dei docenti agli strumenti operativi.

I Destinatari

Dirigenti e funzionari delle Pubbliche Amministrazioni, a vario titolo coinvolti nelle dinamiche di comunicazione all'interno delle proprie organizzazioni e che comprendono la necessità di acquisire e sviluppare le proprie capacità relazionali a supporto del proprio ruolo.

Nell'iter selettivo, saranno valutati sia l'**attinenza dei ruoli ricoperti** con il tema curriculare che le **motivazioni personali** sottostanti la richiesta di partecipazione.



Obiettivi Didattici

MODULO 1 – Introduzione alle norme di riferimento e Piano di comunicazione

- ✓ Strutturare un **piano annuale di comunicazione** ad alta operatività
- ✓ Definire e condividere **buone prassi** da adottare
- ✓ Definire e condividere **i passi per l'attuazione** del piano

MODULO 2 – Comunicazione efficace

- ✓ Riflettere sulle **dinamiche di comunicazione interne** alle organizzazioni
- ✓ Condividere gli **assiomi della pragmatica** della comunicazione umana
- ✓ Condividere i principi base dell'**analisi transazionale**
- ✓ Analizzare la relazione tra pensiero, emozioni, comportamento
- ✓ La comprensione dell'altro come **metodo di relazione**

MODULO 3 – Public Speaking

- ✓ Migliorare le **abilità personali di comunicazione**
- ✓ **Organizzare la comunicazione** in pubblico: dalla presentazione al convegno
- ✓ Imparare a **strutturare discorsi** sintetici e operativi
- ✓ Migliorare la gestione e la **produttività delle riunioni**

MODULO 4 – Comunicazione esterno e digitale

- ✓ Riflettere sull'**ideazione e il coordinamento** delle attività di comunicazione
- ✓ Condividere gli **obiettivi della comunicazione esterna** e l'uso delle nuove tecnologie
- ✓ Realizzare un laboratorio di **Public Speaking**

La metodologia didattica sarà di tipo esperienziale centrata sul continuo scambio tra: **impronta metodologica, momenti riflessione e condivisione delle esperienze professionali** dei singoli e **focus esercitativi**.



DETTAGLIO DEI PROGRAMMI

Il corso è articolato in **4 moduli** realizzati in **9 giorni non consecutivi** per un totale di **60 ore di didattica** frontale ed esercitativa.

Di seguito sono riportati i contenuti che saranno affrontati nei singoli moduli:

MODULO 1 (giorno 1-2-3) – Norme di riferimento e PIANO DI COMUNICAZIONE

- ✓ Gli **adempimenti legislativi**
- ✓ L'analisi e la **comprensione dello scenario** organizzativo
- ✓ Individuazione e **definizione degli obiettivi**
- ✓ Punti di forza, debolezza ma anche minacce e opportunità
- ✓ Strategie e **strumenti di attuazione** del piano

MODULO 2 (giorno 4-5) – COMUNICAZIONE EFFICACE

La comunicazione nei contesti organizzativi

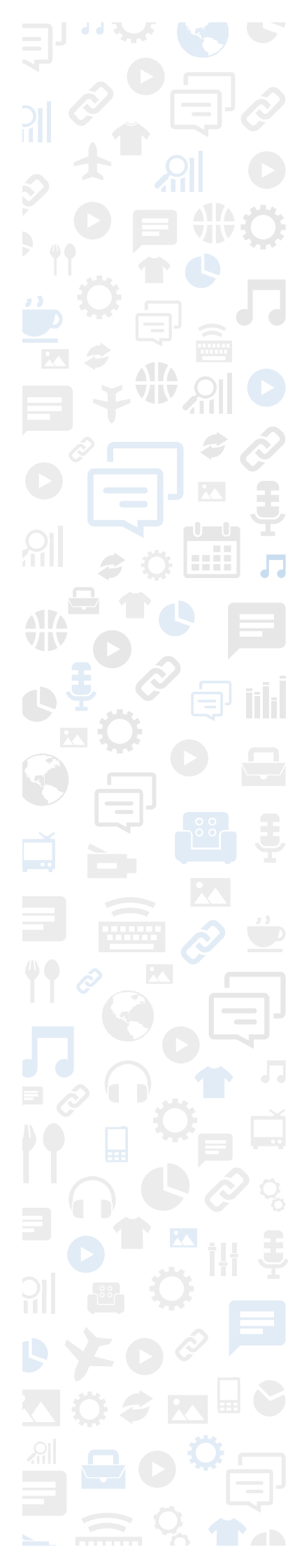
- ✓ Comprendere la complessità della **comunicazione interpersonale** e la sua rilevanza nel contesto organizzativo
- ✓ Analizzare le variabili coinvolte nel processo comunicativo
- ✓ Imparare a **progettare e gestire l'azione comunicativa** in modo coerente ed efficace rispetto ai propri obiettivi comunicativi e gestionali
- ✓ Imparare a gestire l'**ascolto attivo**
- ✓ Riconoscere e utilizzare in modo funzionale i diversi canali della **comunicazione verbale, non verbale e simbolica**
- ✓ Comprendere le differenti modalità di espressione: **dal rapporto interpersonale alla comunicazione in pubblico**, dallo scritto al parlato

La scrittura come strumento comunicativo

- ✓ I destinatari e le **modalità di scrittura**
- ✓ Scrivere documenti, report, appunti e scalette
- ✓ **Tecniche di sintesi**

Laboratori di esercitazione

- ✓ Realtà e submodalità: visivo, uditivo, cinestesico
- ✓ Ascolto attivo e interazione

A vertical decorative bar on the left side of the page, filled with a variety of light blue and grey icons. These icons represent different aspects of communication, technology, and business, such as speech bubbles, gears, charts, airplanes, and social media symbols.

MODULO 3 (giorno 6-7) – PUBLIC SPEAKING

Il profilo di chi ascolta

- ✓ Analisi individuale (reality check)
- ✓ La pragmatica della/nella comunicazione

Le Abilità di comunicazione

- ✓ Il piano verbale
- ✓ La comunicazione non verbale
- ✓ Le capacità dell'oratore:
 - Contatto Visivo
 - Gestualità
 - Postura e Movimenti
 - Volume e Tono di Voce
- ✓ Prove pratiche e role playing

La comunicazione efficace in pubblico

- ✓ L'organizzazione del discorso
- ✓ Le fasi operative della presentazione
 - Esordio, argomentazione, conclusione
- ✓ L'organizzazione delle riunioni
- ✓ Prove pratiche e role playing

MODULO 4 (giorno 8-9) – COMUNICAZIONE ESTERNA E DIGITALE

- ✓ Coordinare un team di comunicazione
- ✓ L'attuazione operativa del piano
- ✓ Strumenti e applicazioni digitali a supporto del comunicatore pubblico
 - Non solo social network
 - Analisi, ascolto e produttività
- ✓ Laboratorio di Public Speaking