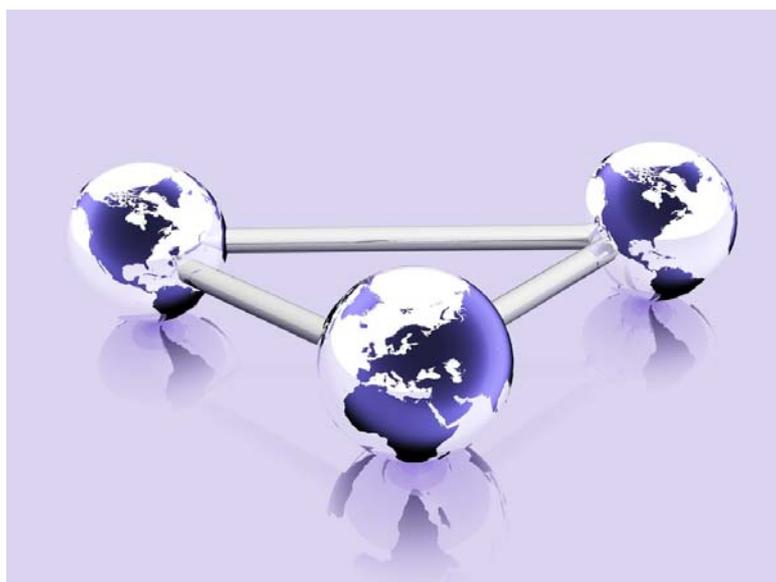


**PERCORSO DI AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE
PER IL PERSONALE CAMERALE**

***COMMUNICATION MIX MANAGEMENT:
SCEGLIERE E GESTIRE IN MODO INTEGRATO TUTTI GLI
STRUMENTI DI COMUNICAZIONE DELLA CAMERA***



APRILE – GIUGNO 2011

PREMESSA

La gestione efficace dei processi di comunicazione implica non solo la padronanza e la conoscenza dei singoli strumenti, ma sopra ogni altra cosa la capacità di utilizzarli in modo integrato e coerente per potenziare il messaggio e ottimizzare gli investimenti.

Affinché la comunicazione integrata si realizzi è necessario, oltre che l'utilizzo dei diversi canali disponibili compresi quelli telematici, la presenza all'interno delle strutture organizzative di professionisti della comunicazione pubblica in grado di rappresentare e rafforzare, attraverso l'acquisizione di nuove ed aggiornate conoscenze e competenze, l'immagine e l'identità dell'ente nei rapporti con gli interlocutori esterni.

OBIETTIVI

Il progetto intende offrire al personale addetto ai processi di comunicazione un percorso di aggiornamento professionale e assistenza sui singoli strumenti di comunicazione, sulle nuove competenze tecniche e capacità manageriali.

L'iniziativa vuole sviluppare, pur approfondendo nel merito ciascuno strumento, la capacità di percepire e gestire in modo integrato e coerente i processi di comunicazione al fine di favorire la massimizzazione degli impegni finanziari e il raggiungimento degli obiettivi strategici di comunicazione dell'Ente.

Con il supporto di referenti istituzionali e attraverso l'analisi di casi e *best practices* anche camerali, il progetto si pone l'obiettivo di:

- ⇒ fornire la **conoscenza** dello stato dell'arte della comunicazione pubblica in Italia e all'estero;
- ⇒ analizzare le nuove tendenze, **opportunità** e rischi collegati al mutato scenario sociale, tecnologico ed economico in cui la Camera è chiamata a svolgere il suo ruolo istituzionale;
- ⇒ esaminare gli **strumenti** e le forme innovative e non convenzionali di comunicazione.



DESTINATARI

Personale URP, Ufficio Stampa, Affari generali, Promozione (Camere di Commercio, Unioni regionali, Aziende Speciali)

ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

Il progetto prevede la realizzazione di **3 moduli** formativi della durata di due giornate ciascuno:

- ☑ **I Modulo:** *“Comunicazione e qualità dell’ente: modelli organizzativi, strumenti di pianificazione, testimonianze e tendenze in atto nella Camera oggi”*
- ☑ **II Modulo:** *“La comunicazione pubblicitaria e la gestione dei rapporti con la stampa nell’era dei Social Media: immagine o reputation?”*
- ☑ **III Modulo:** *“Gli strumenti della comunicazione “concreta”: il nuovo valore degli eventi e dei materiali informativi cartacei nell’era della comunicazione immateriale”*

La **metodologia didattica** sarà incentrata sulla sperimentazione diretta e sullo sviluppo di un apprendimento come risultato di una elaborazione, a livello individuale e di gruppo, di modelli di comportamento di successo.

Il ricorso alle tecniche della simulazione e della sperimentazione accompagnerà i partecipanti nel percorso di acquisizione di consapevolezza delle proprie abilità e di sviluppo dei comportamenti organizzativi.

Al termine delle sessioni formative verrà effettuata una prova di **verifica dell’apprendimento** conseguito dai partecipanti, che consisterà nella somministrazione di un **test a risposta multipla e aperta inerente alle tematiche affrontate.**



I MODULO

COMUNICAZIONE E QUALITÀ DELL'ENTE: MODELLI ORGANIZZATIVI, STRUMENTI DI PIANIFICAZIONE, TESTIMONIANZE E TENDENZE IN ATTO NELLA CAMERA OGGI

FACULTY

- > Esperti di progettazione e di strategie di comunicazione nella Pubblica Amministrazione
- > Testimonianza camerale

DURATA

2 giornate

CONTENUTI

- **Normativa** - L'evoluzione della relazione con l'utente nella PA secondo il legislatore
- **Modelli organizzativi** - Dall'URP all'Ufficio Comunicazione: la comunicazione integrata come nuovo modello organizzativo degli uffici camerali. Testimonianza camerale con dibattito e debrief guidato dai docenti
- **Pianificazione** - Il coordinamento delle azioni di comunicazione nell'era della comunicazione diffusa
- **Tendenze** - Come Internet ha cambiato i vecchi strumenti di comunicazione ed il rapporto con gli utenti
- **WORKSHOP**: mappatura e pianificazione integrata degli strumenti e dei processi di comunicazione camerale



II MODULO

LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E LA GESTIONE DEI RAPPORTI CON LA STAMPA NELL'ERA DEI SOCIAL MEDIA: IMMAGINE O REPUTATION?

FACULTY

- Esperti di progettazione e di strategie di comunicazione nella Pubblica Amministrazione
- Esperti di *Social Media* e marketing per il Web 2.0
- Testimonianza Ufficio Stampa

DURATA

2 giornate

CONTENUTI

- Introduzione ai **Social Media**: cosa sono e cosa cambiano nella comunicazione dell'ente camerale
- Pubblicità vs Buzz Marketing ovvero Immagine vs Reputation: l'evoluzione delle pubbliche relazioni
- **Sponsorizzazioni e comunicazione pubblicitaria**: nuovi luoghi e nuovi linguaggi per comunicare efficacemente sul territorio
- **La gestione dei rapporti con la stampa**: eventi, formati, competenze, esperienze
- **Testimonianza**: come ripensare l'Ufficio Stampa camerale



III MODULO

GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE "CONCRETA": IL NUOVO VALORE DEGLI EVENTI E DEI MATERIALI INFORMATIVI CARTACEI NELL'ERA DELLA COMUNICAZIONE IMMATERIALE

FACULTY

- Esperti di progettazione e di strategie di comunicazione nella Pubblica Amministrazione
- Testimonianza

DURATA

2 giornate

CONTENUTI

- Progettare **materiali editoriali** di successo che funzionino "nonostante" Internet: formati, scrittura, progettazione dei contenuti
- Capire la tipicità della comunicazione tramite eventi
- I fattori di successo
- **I format:** sponsorizzazioni, fiere, convegni, eventi per la stampa e le altre tipologie di evento
- La gestione e il timing: dalla progettazione al follow up
- **Testimonianza camerale:** una nuova formula per gli eventi fieristici



MODALITÀ ORGANIZZATIVE

Il progetto formativo, articolato in **3 moduli**, si svolgerà **presso la sede dell'Istituto** (Via Appia Pignatelli, 62) con i seguenti orari:

INIZIATIVA	DURATA	ORARIO
I MODULO - Comunicazione e qualità dell'ente: modelli organizzativi, strumenti di pianificazione, testimonianze e tendenze in atto nella Camera oggi	2 giornate	9.30 – 17.30
II MODULO - La comunicazione pubblicitaria e la gestione dei rapporti con la stampa nell'era dei Social Media: immagine o reputation?		
III MODULO - Gli strumenti della comunicazione "concreta": il nuovo valore degli eventi e dei materiali informativi cartacei nell'era della comunicazione immateriale		

L'**aula** sarà composta al massimo da **20 partecipanti**: il numero ristretto è finalizzato ad implementare le capacità tecnico - operative del singolo partecipante.

L'iniziativa sarà replicata qualora le iscrizioni, essendo significativamente superiori al numero di 10, lo richiedano.

I moduli non potranno essere fruiti singolarmente.

Le attività delle giornate formative saranno supportate da relatori esperti di strategie di comunicazione nella Pubblica Amministrazione.

L'**Istituto** garantirà:

- ✎ il coordinamento didattico - scientifico del progetto;
- ✎ la verifica dell'effettiva erogazione dei contenuti definiti in sede di progettazione esecutiva;
- ✎ il collegamento fra l'aula e la docenza, al fine di favorire la reciproca collaborazione e risolvere eventuali criticità;
- ✎ il monitoraggio del gradimento delle attività formative, mediante la somministrazione di questionari;
- ✎ il rilascio dell'attestato di partecipazione al progetto.



TEMPISTICA

Il periodo di realizzazione del progetto è previsto **tra aprile e giugno 2011** con il seguente calendario:

INIZIATIVA	DATA
I MODULO - Comunicazione e qualità dell'ente: modelli organizzativi, strumenti di pianificazione, testimonianze e tendenze in atto nella Camera oggi	19-20 aprile
II MODULO - La comunicazione pubblicitaria e la gestione dei rapporti con la stampa nell'era dei Social Media: immagine o reputation?	24-25 maggio
III MODULO - Gli strumenti della comunicazione "concreta": il nuovo valore degli eventi e dei materiali informativi cartacei nell'era della comunicazione immateriale	16-17 giugno

ISCRIZIONE

L'iscrizione deve pervenire **entro 10 giorni dalla data di inizio del percorso formativo esclusivamente online** nella sezione Progetti Speciali (www.tagliacarne.it)

I moduli non potranno essere fruiti singolarmente.

ATTIVAZIONE PROGETTO

L'eventuale carenza di iscrizioni comporterà **l'annullamento del progetto** e la comunicazione - **5 giorni prima della data di inizio** - mediante e-mail.

DISDETTA

Fino al 7° giorno di calendario dall'inizio del corso, è data facoltà agli iscritti di disdire l'iscrizione **senza oneri** mediante comunicazione scritta alla Segreteria Organizzativa.

Oltre tale termine, la disdetta dell'iscrizione comporterà a carico dell'Ente di appartenenza **il pagamento di una penale** (ai sensi dell'art. 1373 del Codice Civile) **corrispondente al 30% del corrispettivo individuale previsto.**

Tale impegno e' richiesto a garanzia di tutti i partecipanti.



TICKET DI PARTECIPAZIONE

La quota individuale di **partecipazione all'intero progetto**, articolato in **3 moduli** della durata di due giornate ciascuno, è pari a **€ 1.800,00**.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Responsabile di progetto:

Dr.ssa Francesca Gaudenzi – Area formazione camerale e manageriale

Tel. 06 780521

E-mail: f.gaudenzi@tagliacarne.it

