

# Corsi INPS Valore P.A. 2018 MARCHE

soggetto proponente LUMSA - Libera Università Maria SS. Assunta  
in collaborazione con Formel srl



## La comunicazione efficace nella Pubblica Amministrazione.

### Programma

#### Contenuti formativi

##### 1° MODULO: La Comunicazione e l'Ascolto efficace

#### Premessa

In ogni organizzazione il successo è basato sulla qualità delle risorse umane, sul loro grado di motivazione e realizzazione. Saper gestire il "clima aziendale", con i suoi conflitti e le sue ansie, diviene pertanto non solo opportuno, ma anche strategico al fine del miglioramento delle performance mediante atteggiamenti e comportamenti equilibrati. Per poter fare questo è necessario che gli individui (dirigenti, responsabili di servizio ed i propri collaboratori) apprendano come utilizzare lo strumento primario per la gestione dei fattori sopra indicati: **la comunicazione efficace**. Partendo dall'assunto della Scuola di Palo Alto che "è impossibile non comunicare" risulta evidente che la capacità di saper comunicare è fondamentale per la soluzione dei problemi, la riduzione di ansie e tensioni e la gestione dei conflitti con la conseguente riduzione degli effetti dello stress. Fino a qualche tempo fa, la formazione del saper comunicare veniva gestita tramite "trucchi ed espedienti". L'intenzione era di avere "impatto" sul pubblico, e in qualche modo "manipolare e programmare" l'interlocutore. Oggi si punta in primo luogo all'autenticità, alla consistenza e alla capacità di ascolto del comunicatore.

**Il corso si basa sulla naturalezza della comunicazione personale** Saper parlare, presentarsi, essere più disinvolti e rilassati in ogni contesto sociale: il Public Speaking ci rivela che ognuno di noi ha potenzialità e risorse inattese, che devono essere valorizzate e affinate. Lavorare sul corpo e sull'espressività individuale, apprendere concretamente le principali tecniche di strategia e costruzione del messaggio, dell'espressione e della relazione con esercitazioni mirate si svilupperà la capacità di gestire le domande più difficili, comprese le aggressioni verbali. **La capacità di convincere, di veicolare i nostri contenuti e promuovere le nostre idee, parte all'assumere la consapevolezza della propria dinamicità in un ruolo e di entrare in contatto con i pensieri e le aspettative di chi abbiamo di fronte. Questa la vera sfida in una Pubblica amministrazione in forte cambiamento.**

#### ARGOMENTI

- Gli assiomi della comunicazione
- Comunicazione e contesto culturale: una lettura sociologica
- I luoghi e i non-luoghi delle relazioni
- Il rischio della solitudine nel contesto sociale contemporaneo
- L'approccio emotivo: l'intelligenza emotiva; la comunicazione emozionale; 7 regole d'oro
- Il processo della comunicazione
- Comunicazione a una e a due vie
- L'iceberg della comunicazione (comunicazione verbale, non verbale, paraverbale)
- Linguaggio paraverbale
- Linguaggio del corpo: lo strumento principe, lo sguardo
- Prossemica - Linguaggio dell'atteggiamento
- I segnali di informazione retroattiva
- Interpretazione del linguaggio non verbale - Gli ostacoli alla comunicazione: effetti e azioni correttive
- L'ascolto attivo e le sue regole

#### Project work – Mi presenti?

L'obiettivo di questa esercitazione è porre l'attenzione sull'ascolto attivo, intesa come capacità di ascoltare con una particolare soglia di partecipazione e di attenzione, alla base di una comunicazione efficace. I partecipanti interagiranno tra loro spontaneamente, all'interno di un contesto strutturato affinché, alla fine dell'esercitazione, possano acquisire elementi importanti in merito alla loro competenza comunicativa e di ascolto.

### Note organizzative

Corso 1° livello

Durata 40 ore  
Modalità FAD

#### CORSO SOSPESO

#### Sede corso

**Ancona** - NH Ancona Hotel  
Ripi di Via XXIX Settembre,  
14

[VISUALIZZA MAPPA »](#)

#### Date di svolgimento

11 Marzo 2019  
20 Marzo 2019  
29 Marzo 2019  
09 Aprile 2019  
17 Aprile 2019

Le date potrebbero subire variazioni

**Regione Marche**

**Referente Didattico:**  
Giambattista Zanon

**Direttore Didattico:**  
Patrizia Bertini  
Malgarini

- [Metodologie »](#)
- [Didattica »](#)
- [Logistica »](#)

## 2° MODULO: Gli strumenti comunicativi della Pubblica Amministrazione

### Procedimenti semplificati e redazione di atti chiari e semplici

#### Premessa

Il compito di gestire ed erogare servizi efficienti ed efficaci ai cittadini deve necessariamente coniugarsi con coerenti **strategie di comunicazione**, inserite all'interno delle proprie scelte organizzative.

**La comunicazione pubblica, intesa come informazione, diffusione e relazione col cittadino, va curata come priorità per garantire al cittadino stesso la tutela dei propri diritti.**

Le strategie di comunicazione e di relazione richiedono l'acquisizione, a più livelli, di competenze trasversali, sia di tipo organizzativo che professionale, per restituire all'esterno una immagine del servizio pubblico maggiormente orientata alla risposta alle domande e ai bisogni sociali della comunità e della collettività.

Per questi motivi diventa necessario predisporre degli strumenti operativi volti a:

- integrare le indicazioni normative con le scelte concrete di gestione, per rendere coerente il piano di comunicazione con l'organizzazione;
- affrontare in modo organico le strategie di comunicazione interna all'organizzazione, per evitare sovrapposizioni, incoerenze, smagliature e frammentazioni;
- migliorare la comunicazione dei propri ambienti di lavoro attraversati dai cittadini, per facilitare gli accessi e promuovere istituzioni accoglienti e attente;
- Ridefinire la propria capacità comunicativa nella redazione degli atti e nella semplificazione delle procedure, reinterpretando i mandati formali all'interno di regole di redazione rese meno burocratiche e farraginose;
- Formare nelle strategie relazionali il personale di contatto, affinché sia maggiormente in grado di presidiare le comunicazioni con il pubblico.

Il modulo, a partire dalla normativa di riferimento e da alcuni concetti chiave, si propone di introdurre il tema della comunicazione pubblica e di offrire ai corsisti una base metodologica e operativa. Intende inoltre centrarsi sulla semplificazione amministrativa e sulla coerente comunicazione scritta efficace.

#### ARGOMENTI

- Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni (L. n. 150/2000) (breve introduzione)
- La pragmatica della comunicazione: gli assiomi della comunicazione
- Organizzazione e comunicazione: La comunicazione interna (tra settori, servizi, uffici, dipendenti) ed esterna (cittadini, stakeholders, organizzazioni, istituzioni, enti)
- *Anche gli spazi comunicano* (arredi, accessi, percorsi ecc.)
- La comunicazione scritta: chiara e semplice; Le 10 regole di semplificazione del linguaggio dei testi amministrativi (Direttiva 8 maggio 2002)
- La Pubblica amministrazione quando "parla" con gli atti scritti
- L'atto è il prodotto di un procedimento: quali errori evitare e quali stili redazionali usare

#### Project work – Come redigere un atto?

Il gruppo lavora al miglioramento dell'atto dal punto di vista strutturale e contenutistico, correggendo formule di stile inappropriate, eliminando le ridondanze e rendendo fluido e consequenziale l'iter logico.

Si analizza il lavoro svolto creando interazione tra i gruppi, ciò offre la possibilità di fissare i concetti già esposti grazie ad un taglio assolutamente pratico volto a creare chiarezza e ad offrire un metodo di lavoro.

Il risultato finale è quello di avere un atto amministrativo ridotto nelle sue complessità, impostato correttamente e non ultimo, semplificato nel linguaggio.

## 3° MODULO: Comunicazione e Leadership; Comunicazione e ruolo; Tecniche persuasive verbali e scritte; La gestione delle riunioni

#### Premessa

La comunicazione è la skill che maggiormente attraversa, in modo trasversale, tutti i ruoli lavorativi e non. **Comunicare strategicamente, significa ottimizzare i processi, gestire i conflitti in modo che non siano distruttivi degli obiettivi comuni e prevenire tutta una serie di comportamenti nocivi per qualunque gruppo di lavoro/progetto in essere.** La comunicazione strategica è uno strumento di rilevanza fondamentale all'interno di ogni dinamica. Il 99% delle problematiche esistenti in un gruppo, ha una matrice di tipo comunicativo. Un leader deve esserne consapevole, così come deve essere consapevole che il suo ruolo richiede delle competenze comunicative e relazionali cruciali. Questo modulo intende riflettere sul rapporto tra **comunicazione e ruolo**, analizzando stili comunicativi in relazione alle posizioni ricoperte e ai risultati che si vogliono raggiungere.

#### ARGOMENTI

- La consapevolezza di ruolo: condizionamenti e risultati attesi
- I paradigmi comunicativi: da dove parte e dove arriva la comunicazione
- I canali della comunicazione e differenze persuasive
- Le fasi comunicative legate ad obiettivi: analisi – intervento – gestione delle resistenze
- La gestione del feedback e le tipologie di domanda: 1) le domande aperte: semplice, induttiva, deduttiva, propositiva, ad incastro, a falsa alternativa, di precisione 2) le domande chiuse: semplice, anagrafica, strutturata
- Le tecniche persuasive verbali e scritte (mail): 1) Il contrasto soft 2) Il contrasto strong
- L'impegno e coerenza
- L'incorporazione
- Il linguaggio impositivo
- Il contraccambio
- La gestione delle resistenze: 1) Le analogie di tempo generiche Il quadro ipotetico 2) Le analogie di tempo specifiche

#### Contatti

 +39 02 626 907 10

 [email protected]

#### Condividi

 Stampa »

 Scarica programma in pdf »

- Il principio di contrapposizione
- La destrutturazione delle obiezioni: analisi delle strutture superficiali e profonde
- La gestione e 3condivisione di obiettivi
- Il 4 mat system
- I livelli neurologici di Dilts nella leadership
- La gestione delle riunioni
- La gestione dei briefing

#### **Project work – La riunione: ruoli e stili comunicativi**

Attraverso la tecnica del Role Playing verrà simulata, per quanto possibile, una situazione reale: una riunione tra colleghi; con lo scopo di far sperimentare ai partecipanti, in un processo che si sviluppa attraverso il gioco e che quindi non ha conseguenze sulla realtà, le dinamiche relazionali e comunicative complesse che si verificano all'interno di un gruppo, anche e soprattutto in relazione al ruolo che ciascuno ricopre.

Ci saranno alcuni partecipanti "attori", che rivestiranno il ruolo dei soggetti coinvolti nella riunione di lavoro e altri partecipanti "spettatori", che avranno il compito di osservare. Tali osservazioni saranno spunto e guida per le riflessioni conclusive.

#### **4° MODULO: Comunicazione sul web: I Social Network per veicolare l'immagine dell'Amministrazione - La gestione dei dissensi**

##### **Premessa**

Per incrementare e rinforzare il senso di fiducia e credibilità agli occhi dei cittadini, la pubblica amministrazione possiede oggi un'incredibile occasione offerta dai Social Network. Per quanto la presenza su internet sia oramai consolidata, la pubblica amministrazione ha considerato finora il web solo come un sistema statico per rendere note alcune informazioni ai cittadini mentre ora può cogliere l'occasione per **fare della rete un canale di comunicazione con i cittadini, coinvolgendoli direttamente e spesso affidando loro un ruolo di primo piano.**

Conoscere le regole e comprendere le dinamiche della comunicazione con i Social Network consentirà alla Pubblica Amministrazione di gestire relazioni proficue con i cittadini attuando nuove **modalità di coinvolgimento naturali e persino divertenti**, sviluppando competenze nell'utilizzo delle principali piattaforme Social.

Gli obiettivi del presente modulo sono quelli **difornire competenze nell'utilizzo dei principali Social Network** contribuendo a ripensare il modello tradizionale di relazione con il cittadino non più unilateralmente ma con più livelli di interazione, complessità e coinvolgimento nel tempo.

Oltre alla spiegazione delle tecniche principali da tener presenti per comunicare efficacemente sui Social Network, verranno approfondite le modalità attraverso cui poter **monitorare gli esiti della propria comunicazione**, il grado di interazione e di dialogo ottenuto con i cittadini, le modalità di coinvolgimento, la veicolazione dei messaggi e la **gestione delle criticità**, il successo di strategie di comunicazione adottate sui vari social.

##### **ARGOMENTI**

- Proprietà, caratteristiche e funzioni dei principali social network: Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Linkedin, Pinterest
- Infografica del post perfetto: fattori critici di successo per scrivere e farsi leggere sui social
- Indice PTAT: popolarità e diffusione della comunicazione della PA nei Network Citizens; Posizionamento orario dei contenuti e differenze tra i principali Social; Utilizzo di Hashtag e Emoticon nei Post
- Storytelling: immagine e reputazione della PA attraverso il racconto di fatti e accadimenti; Smart city e communities: best practices delle PA nell'utilizzo dei Social Network
- Chi gestisce i Social: guida per la creazione di un Social Team
- Edge Rank e Newsfeed: gli algoritmi che gestiscono la visibilità dei contenuti sui Social Network
- Sito Web e pagina Facebook: principali differenze tra la comunicazione istituzionale e quella Social
- La creazione di una pagina istituzionale: regole e buone prassi
- Social media policy: regole e codici di comportamento sui Social
- Calendario e piano editoriale: metodi di individuazione e pianificazione dei contenuti
- Gestione della crisi: che fare quando la comunicazione non funziona: strategie per fronteggiare i dissensi e i feedback negativi
- Trattamento e gestione delle immagini sui Social: ambiti e limiti del Copyright

##### **La cassetta degli attrezzi del social media manager:**

- I free tool di facebook: simplymeasured, fanpageKarma, socialbakers
- Piccoli trucchi per risolvere grandi problemi: hootsuite e buffer
- Come vedere senza essere visti: personalizzazione dei criteri di visibilità dei contenuti sui social network
- Istituzionalizzare gli account sui social network: come ottenere riconoscimento di identità di organizzazione pubblica su facebook, instagram e YouTube

##### **Project work – La redazione di un piano editoriale**

Gestire la comunicazione con i Social Network richiede un'adeguata pianificazione che consenta di differenziare contenuti in base ai diversi tipi di target a cui ci si rivolge e programmare la presenza della PA sui principali Network, nel breve, medio e lungo periodo. Il piano editoriale è uno strumento di pianificazione che consente attraverso diverse tecniche e metodologie, di realizzare gli obiettivi di comunicazione sui principali social network, programmando l'uscita di post, video, condivisioni, foto e news.

#### **5° MODULO: Tecniche di Public Speaking per migliorare la propria performance comunicativa**

##### **Premessa**

**Saper comunicare in pubblico in modo efficace è un valore aggiunto in ogni ruolo e mansione all'interno della Pubblica Amministrazione:** è necessario essere in grado di trasmettere con chiarezza ed efficacia i contenuti

professionali specifici, di essere persuasivi, di suscitare simpatia, di ottimizzare le capacità comunicative di fronte all'audience. Tali abilità possono essere valorizzate ed affinate con l'ausilio di determinate tecniche che sono in grado di creare motivazione, accelerazione dei processi di comprensione, coinvolgimento in termini di *corporate identity*. Così come accade in teatro quando ci si pone di fronte ad un gruppo più o meno numeroso di persone e si è chiamati ad entrare in dialogo con l'altro con una finalità determinata, è importante saper essere a proprio agio e soprattutto saper mettere a proprio agio chi ascolta.

Il modulo "Tecniche di *public speaking*" mira prevalentemente al miglioramento della capacità espositiva di ognuno dei partecipanti, soprattutto attraverso esercitazioni attive e indicazioni mirate dalla cultura teatrale, attraverso cui lo specifico della forma comunicativa possa allenarsi a creare un giusto equilibrio fra gesti e parole utile ad acquisire uno stile calibrato alle circostanze e sempre orientato all'espressione di positività. Il presente modulo si propone di accompagnare i partecipanti verso il raggiungimento dei seguenti obiettivi: - Conquistare un proprio stile e sviluppare la capacità espressiva nella comunicazione di fronte al pubblico - Stimolare la creatività e saper sfruttare al massimo il proprio stile per aumentare l'impatto sull'uditore - Apprendere ad affrontare il pubblico con disinvolta, autocontrollo e nello stesso tempo naturalezza – Saper gestire e dominare lo stress e l'ansia connessa al compito, imparando ad usarla a proprio beneficio - Saper esprimere le proprie emozioni in modo appropriato, utilizzando un adeguato linguaggio del corpo - Migliorare la performance e lo spirito di adattamento in situazioni e contesti imprevedibili.

#### ARGOMENTI

- Autopresentazione: Individuazione e analisi delle skills comunicative presenti;  
Immagine, stile personale
- Il linguaggio dei gesti
- La comunicazione persuasiva  
Le origini dell'arte oratoria e le sue principali tipologie
- I principi e i modelli della comunicazione persuasiva
- L'uso del linguaggio con valenza suggestiva
- Le tecniche di esposizione  
Curare l'esposizione in una presentazione
- Preparare una scaletta, individuare i passaggi-chiave e avvalersi dei supporti tecnologici adeguati
- La "magia" dell'inizio
- Il non/para verbale: voce (tono, velocità, volume e pause)
- Il linguaggio del corpo (i gesti e la comunicazione analogica)
- Le tecniche per tenere sotto controllo gli aspetti emotivi, in modo che vengano valorizzati per "dar vita" alle parole
- La gestione delle emozioni attraverso la respirazione

#### Project work – La presentazione di un discorso

Durante la seconda parte del modulo formativo verrà proposta un'esercitazione in cui ognuno dei partecipanti sarà invitato ad esporre una breve relazione in plenaria, a cui farà seguito un lavoro di individuazione delle principali caratteristiche su cui far leva per ottenere il massimo della prestazione e progettare un piano di miglioramento individuale. Obiettivo dell'esercitazione è quello di render conto del modo in cui ognuno manifesta soggettivamente la propria dimensione espositiva, alla ricerca di quella "soggettività creativa" che rende efficace l'evento comunicativo.

### Servizi ai partecipanti

 Assistenza dedicata E-mail e telefonica	 Documentazione in formato PDF	 Attestato giornaliero e finale
 Docenti esperti e qualificati	 Esercitazioni pratico-operative	

Gruppo**Formel**  
.com

**Formel s.r.l.**

📍 Sede Legale: Milano  
20124, Via Vitruvio n.43  
📞 02 62690710

📍 Sede Amministrativa: Paceco  
91027, Via Drago di ferro n.90  
📞 0923 526400  
📠 0923526204  
✉️ [email protected]

### Mappa del Sito

- > Home Page
- > Metodologie applicative
- > Didattica Corsi
- > Logistica Corsi
- > Cos'è Valore PA
- > Profilo Aziendale
- > Contatti
- > Informativa Privacy

Copyright © 2015 Formel srl - P.Iva 01784630814. All rights reserved.