

«COMUNICARE LA PROFESSIONALITÀ»

Come fa il professionista a comunicare con la Pubblica Amministrazione? Qual è il modo migliore per scrivere e presentare un progetto o un'istanza agli Uffici Pubblici? Come redigere un efficace messaggio commerciale e definire esattamente il proprio *target*? Come promuovere la propria attività mediante un sito Internet o la scelta di un *brand name*? E ancora: che cosa è una notizia e come si fa a diffonderla nell'era del *web*? Come scrivere appropriatamente un comunicato stampa e come rapportarsi con gli organi d'informazione in modo da suscitare interesse?

A queste ed altre questioni si propone di fornire alcune concrete linee d'indirizzo il progetto «**Comunicare la professionalità**» curato dal *Centro di Ricerche sulla Metodologia Giuridica* (CERMEG) di Trento in sinergia con il Tavolo d'ambito della PAT Gi.Pro.-Giovani Professioni, avvalendosi della collaborazione del Dipartimento di Scienze Giuridiche dell'Università di Trento e del Master in Analisi e Gestione della Comunicazione dell'Università di Trieste (Facoltà di Scienze della Formazione).

Le iniziative proposte sono finalizzate a **formare i Giovani Professionisti nel settore della comunicazione** in tre ambiti giudicati sensibili per le loro reali esigenze lavorative:

- ◆ comunicare con la **Pubblica Amministrazione**;
- ◆ comunicare nel **marketing**;
- ◆ comunicare con i **mass-media**.

Ad ogni area di intervento è dedicato un seminario mirato della durata di quattro ore, destinato a:

- ◆ fornire ai partecipanti le **specifiche conoscenze** di ordine teorico ("sapere")
- ◆ formare le **migliori abilità** per padroneggiare le dinamiche della comunicazione ("saper fare").

Il modello didattico è quello del "**far conoscere per agire**" espressamente volto a **superare** la dicotomia tra formazione teorica e addestramento pratico.

Il Giovane Professionista patisce infatti, più di altri, i **limiti** della formazione tradizionale, rivolta unicamente a coltivare un **approccio di tipo teorico**, inidoneo a far fronte ai **problemi pratici** della professione da poco intrapresa.

Questo vale, in particolare, per ciò che riguarda la gestione della comunicazione, settore quasi totalmente **trascurato** negli anni che precedono l'ingresso nel mondo delle professioni, in cui risulta invece **determinante** conoscere la natura dei processi e delle dinamiche comunicative, impadronendosi dei migliori **strumenti** capaci di governarli.

TIPO DI ATTIVITÀ

Ciclo di **tre seminari**, più una **tavola rotonda** finale, con attività di formazione didattica e laboratori di addestramento pratico, assistiti da un servizio di **tutoraggio**.

Gli incontri sono **totalmente gratuiti** poiché ogni costo di organizzazione è a carico del Tavolo d'ambito della PAT Gi.Pro.-Giovani Professioni.

PROGRAMMAZIONE

Gli incontri si terranno presso le aule della **Facoltà di Giurisprudenza di Trento**, con orario pomeridiano secondo il calendario di seguito indicato (*date soggette a conferma**).

**Ogni modifica al programma sarà resa nota attraverso il sito www.cermeg.it*

Venerdì
7 OTTOBRE
2011

Ore
15.00-19.00

Facoltà di
Giurisprudenza

Aula A
Via Verdi 53
Trento

COMUNICARE CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

FINALITÀ

- ◆ Conoscere ed interpretare il rapporto con la Pubblica Amministrazione per agire in maniera conseguente ed efficace.
- ◆ Apprendere tecniche e schemi di argomentazione funzionali alla presentazione di progetti, domande, etc.

RELATORE

Eugenio Ambrosi
Regione Friuli-Venezia Giulia; Master in Analisi e Gestione della Comunicazione dell'Università di Trieste

ARGOMENTI TRATTATI

- ◆ La natura della comunicazione con la Pubblica Amministrazione (che cos'è la comunicazione, come si comunica, quando si comunica, con chi si comunica)
- ◆ Specificità del soggetto Pubblica Amministrazione
- ◆ Il linguaggio della Pubblica Amministrazione / il linguaggio con la Pubblica Amministrazione
- ◆ Il recepimento del messaggio della Pubblica Amministrazione (come interpretarlo e come agire in modo conforme ed efficace)
- ◆ (Problemi di) uso delle nuove tecnologie informatiche
- ◆ Indicazioni pratiche per affrontare situazioni-tipo di dialogo con la Pubblica Amministrazione

WORKSHOPS

(job description dei partecipanti, problem solving, analisi di best practices)

COMUNICARE NEL MARKETING E NEL SETTORE D'IMPRESA

FINALITÀ

- ◆ Acquisire competenze e *skills* operative sul processo di marketing e sulla comunicazione di impresa.
- ◆ Apprendere tecniche di analisi della situazione funzionali alla pianificazione della migliore strategia comunicativa.

RELATORE

Gabriele Qualizza
Master in Analisi e Gestione della Comunicazione dell'Università di Trieste; Master in Digital Advertising dell'Università Cattolica di Milano

ARGOMENTI TRATTATI

- ◆ La natura della comunicazione nel marketing (natura ed architettura del messaggio, analisi dello scenario competitivo e pianificazione delle strategie, leve del *marketing mix*)
- ◆ *SWOT Analysis*
- ◆ Attuazione, monitoraggio e valutazione del processo di marketing
- ◆ Sviluppi recenti nel marketing (reti di Internet)
- ◆ Processi di *branding* (identità visuale, scelta del *brand name*, architetture e strategie di marca)

WORKSHOPS

(job description dei partecipanti, problem solving, analisi di case history esemplari)

Giovedì
17 NOVEMBRE
2011

Ore
15.00-19.00

Facoltà di
Giurisprudenza

Sala Conferenze
Via Verdi 53
Trento

Giovedì
17 NOVEMBRE
2011

Ore
15.00-19.00

Facoltà di
Giurisprudenza

Sala Conferenze
Via Verdi 53
Trento

**Martedì
6 DICEMBRE
2011**

**Ore
15.00-19.00**

**Facoltà di
Giurisprudenza
Sala Conferenze
Via Verdi 53
Trento**

COMUNICARE CON I MASS MEDIA

FINALITÀ

- ◆ Conoscere la natura e i meccanismi del sistema informativo mediatico 'tradizionale' e delle nuove tecnologie di comunicazione.
- ◆ Determinare il rapporto di collaborazione informativa con il giornalista alla luce dei suoi vincoli deontologici.
- ◆ Acquisire e sviluppare abilità di *media relations*

RELATORI

Alessandra Saletti
Responsabile dell'Ufficio Stampa dell'Università di Trento

Alberto Faustini
Direttore di Trentino, Alto Adige, Corriere delle Alpi

ARGOMENTI TRATTATI

- ◆ La natura delle comunicazione nei mass-media (che cosa è una notizia; come riconoscerla; come raccontarla; come scrivere un articolo o un comunicato stampa; le specie di mass-media)
- ◆ L'organizzazione di un ufficio stampa base in connessione con i nuovi media digitali
- ◆ Il sistema dei media locali (tempistiche e modalità di trasmissione della notizia)
- ◆ Le nuove tecnologie di comunicazione (*blog, chat, website*)
- ◆ Etica e deontologia del giornalista

WORKSHOPS

(job description dei partecipanti, problem solving, media training)

Tavola Rotonda «COMUNICARE LA PROFESSIONALITÀ»

PRESIEDE

Maurizio Manzin
*Università di Trento;
Presidente del CERMEG-Centro di Ricerche sulla Metodologia Giuridica*

DISCUSSANTS

Marco Cossutta
*Università di Trieste;
Direttore del Master in Analisi e Gestione della Comunicazione dell'Università di Trieste*

Eugenio Ambrosi
*Regione Friuli-Venezia Giulia;
Master in Analisi e Gestione della Comunicazione dell'Università di Trieste*

Gabriele Qualizza
*Master in Analisi e Gestione della Comunicazione dell'Università di Trieste;
Master in Digital Advertising dell'Università Cattolica di Milano*

Alessandra Saletti
Responsabile dell'Ufficio Stampa dell'Università di Trento

Alberto Faustini
Direttore di Trentino, Alto Adige, Corriere delle Alpi

**Martedì
20 DICEMBRE
2011**

**Ore
16.00-19.00**

**Facoltà di
Giurisprudenza
Sala Conferenze
Via Verdi 53
Trento**

**Martedì
20 DICEMBRE
2011**

**Ore
16.00-19.00**

**Facoltà di
Giurisprudenza
Sala Conferenze
Via Verdi 53
Trento**