

Proposta di selezione e ricerca di corsi di formazione Valore P.A. anno 2023

Modello per la presentazione della candidatura:

Regione/Area Metropolitana	REGIONE MARCHE
Area Tematica/Competenza strategica	Comunicazione efficace: utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione pubblica con i cittadini attraverso un approccio innovativo. Regole e strumenti per comunicare attraverso i social - Ascolto efficace, organizzazione delle informazioni.
Tipologia del livello del corso	Corso di I livello
Obiettivi formativi del corso	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere gli strumenti di comunicazione pubblica nei contesti digitali. Presentare e spiegare i vari strumenti di comunicazione, inclusi i social media, i siti web istituzionali, le newsletter ecc. • Imparare ad usare i Social Media per interagire efficacemente con i cittadini. Fornire una formazione dettagliata sull'uso efficace dei social media, compresa la creazione di contenuti, l'interazione con il pubblico e la misurazione delle prestazioni. • Ascolto efficace. Insegnare ai partecipanti come ascoltare attentamente i feedback dei cittadini, come analizzarli e utilizzarli per migliorare la comunicazione e i servizi pubblici. • Organizzazione delle informazioni. Aiutare a strutturare le informazioni in modo chiaro e accessibile, utilizzando principi di organizzazione delle informazioni e presentazione visiva. • Coinvolgimento dei Cittadini. Promuovere il coinvolgimento attivo dei cittadini nelle attività di comunicazione e nell'elaborazione delle politiche pubbliche. • Sicurezza e Privacy. Comprendere e rispettare le normative sulla privacy e la sicurezza dei dati nelle comunicazioni pubbliche. • Etica e Trasparenza. Promuovere l'etica nelle comunicazioni pubbliche, inclusa la trasparenza nelle informazioni fornite ai cittadini. • Valutazione e Miglioramento Continuo. Insegnare come misurare e valutare l'efficacia delle strategie di comunicazione digitali e come apportare miglioramenti basati sui risultati.
Indicatori di output	Ciascun corsista avrà la possibilità di comprendere quali sono i vari strumenti e come possono essere utilizzati per comunicare efficacemente con i cittadini negli ambienti digitali. Un particolare focus sarà dedicato all'impatto dell'Intelligenza Artificiale come strumento di potenziamento delle attività di comunicazione e di verifica della comprensione degli utenti in merito alle attività della PA.
Titolo del corso	Digital e Social Media Marketing per la PA. L'impatto dell'Intelligenza Artificiale sulle Strategie e gli Strumenti per Comunicare con i Cittadini.
Descrizione del corso	<i>La transizione digitale sta trasformando profondamente anche il settore pubblico, migliorando l'efficienza operativa, l'accesso ai servizi e la trasparenza. In particolare, i nuovi strumenti tecnologici quali l'Intelligenza Artificiale (AI) sono diventati una</i>

	<p><i>forza trainante nella trasformazione digitale della PA. L'AI si basa sull'uso di algoritmi e dati per automatizzare processi decisionali, migliorare l'analisi dei dati e offrire servizi pubblici più efficienti ed efficaci.</i></p> <p><i>Nello specifico, l'AI sta cambiando radicalmente le modalità con cui comunica la PA. La corretta adozione e implementazione di questa tecnologia offre soluzioni innovative per migliorare la disponibilità delle informazioni, semplificare l'interazione tra cittadini e amministrazioni, e ottimizzare i processi di risposta. Ad esempio, l'implementazione di chatbot basati sull'AI consente alle amministrazioni pubbliche di fornire risposte immediate alle domande dei cittadini costantemente, senza limiti di giorno o orario (24 ore su 24, 7 giorni su 7). Ciò, se adeguatamente implementato, può impattare positivamente sulla soddisfazione degli utenti e sull'operatività del personale che viene liberato dalle attività routinarie per svolgere compiti più complessi. Inoltre l'AI può essere utilizzata anche per l'elaborazione automatizzata delle richieste dei cittadini, come la registrazione dei documenti o le richieste di servizi, accelerando i processi e riducendo la burocrazia. L'ascolto dei cittadini è inoltre un asset fondamentale per migliorare l'efficacia delle comunicazioni. Attraverso l'AI è possibile analizzare grandi quantità di dati provenienti dalle interazioni con gli utenti (social, portali web, forum ecc.) in modo automatizzato, contribuendo ad identificare le esigenze emergenti e a formulare politiche pubbliche più efficaci. Inoltre, gli algoritmi di AI possono contribuire a personalizzare le informazioni fornite ai cittadini, offrendo contenuti pertinenti ritagliati sulle loro esigenze e interazioni precedenti con la PA.</i></p> <p><i>In sintesi, l'AI sta rivoluzionando la comunicazione della PA, migliorando l'efficienza, la velocità delle risposte e l'accesso alle informazioni, tuttavia, è fondamentale affrontare le sfide legate all'etica, alla privacy e alla formazione del personale per garantire che sia utilizzata in modo responsabile e a vantaggio dei cittadini. Ad esempio, la raccolta e l'elaborazione dei dati personali dei cittadini per scopi di comunicazione richiedono una rigorosa attenzione alla privacy e alla sicurezza dei dati. È fondamentale rispettare le normative sulla privacy e garantire la protezione dei dati sensibili. Inoltre, gli algoritmi di AI possono essere suscettibili di bias, influenzando le risposte fornite ai cittadini o l'accesso alle informazioni. Le amministrazioni pubbliche devono investire nella progettazione etica degli algoritmi e nella loro continua supervisione. Guardando al futuro, il potenziale dell'AI nella Pubblica Amministrazione è ancora vasto e richiede una gestione attenta e strategica.</i></p>
<p>Sintesi del programma del corso</p>	<p><i>Il corso mira a fornire una panoramica sulle nuove tecnologie e il loro impatto sulle dinamiche di comunicazione tra la PA e il cittadino. Le lezioni, di 4 ore a giornata saranno tutte strutturate considerando una prima parte teorica dialogata e una seconda parte una pratico-applicativa in modo da garantire una comprensione approfondita e la capacità di applicare le conoscenze acquisite nella comunicazione pubblica innovativa. Le principali tematiche che verranno trattate sono:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>La comunicazione digitale integrata nella PA: informare, coinvolgere e generare reputazione positiva;</i> - <i>Costruire l'esperienza del cittadino: il funnel della comunicazione pubblica e la gestione dei punti di contatto;</i> - <i>Ascolto e analisi dei contenuti digitali (social, blog, forum ecc.) per rendere più efficace la comunicazione con i cittadini. La content analysis automatizzata.</i> - <i>La gestione e l'integrazione degli strumenti per la comunicazione digitale: sito internet, social media, video comunicazione, messaggistica;</i> - <i>Comunicare efficacemente al cittadino: infografiche e visual storytelling;</i> - <i>Comunicare con l'aiuto dell'AI: assistenti virtuali, realtà aumentata e automatizzazione delle campagne;</i> - <i>Sicurezza e Privacy. Conoscere e comprendere le normative sulla privacy e la sicurezza dei dati nelle comunicazioni pubbliche;</i> - <i>Etica e Trasparenza. Comprendere come promuovere l'etica nelle comunicazioni pubbliche, inclusa la trasparenza nelle informazioni fornite ai cittadini.</i>
Provincia di svolgimento del corso	<i>Macerata (corso online tramite piattaforma)</i>
Descrizione del modello proposto per la gestione dei servizi	<i>Solo per i corsi di II livello di tipo B</i>
Programma, fasi e metodologia di lavoro per l'elaborazione del progetto	<i>Solo per i corsi di II livello di tipo B</i>
Durata	<i>Inizio corso giovedì 4/4/2024 – Fine corso giovedì 4/7/2024 per una durata di 13 lezioni</i>
Numero delle ore del corso	<input type="checkbox"/> 50 ore
Modalità di erogazione del corso	<input type="checkbox"/> <i>A distanza in modalità sincrona (tale modalità comporta una riduzione del 20% dei costi a carico di INPS. Il costo del corso deve essere indicato per intero sulla proposta, verrà ridotto automaticamente dal sistema)</i>
Costo massimo pro-capite finanziabile da INPS	<input type="checkbox"/> 803,00 euro (per i corsi da 50 ore)
Costo pro-capite del corso	803€
Eventuali note aggiuntive	Ogni lezione del corso prevede una parte teorica e una parte applicativa nella quale saranno ospitate testimonianze di esperti, discussi casi e/o organizzate esercitazioni. È inoltre prevista una lezione conclusiva, che prenderà la forma di una tavola rotonda, al termine della quale verranno consegnati gli attestati. La data sarà comunicata all'avvio del Corso, concordandola con i corsisti.

Direttore	<i>Giacomo Gistri (Professore Ordinario in Economia e Gestione delle Imprese, titolare dei corsi di Marketing e Digital e Social Media Marketing presso l'Università di Macerata)</i>
Docenti del corso	<i>ALESSIA BERTOLAZZI (Professore Associato in Sociologia Generale, titolare dei corsi di Sociologia, Metodologia della Ricerca Sociale ed Etnografia Digitale presso l'Università di Macerata), RAMONA BONGELLI (Professore Associato in Psicologia Generale, titolare dei corsi di Psicologia del linguaggio e della Comunicazione, Psicologia dei Media Digitali presso l'Università di Macerata), SIMONE CALZOLAIO (Professore Associato in Diritto Costituzionale, titolare dei corsi di Diritto Pubblico, Diritto dell'Informazione e della Comunicazione, Diritto delle Tecnologie Digitali e della Privacy presso l'Università di Macerata), EMANUELE FRONTONI (Professore Ordinario in Informatica, titolare dei corsi di Informatica per la Comunicazione, Multimedia Design per la Realtà Estesa e il Metaverso presso l'Università di Macerata) BENEDETTA GIOVANOLA (Professore Ordinario in Filosofia Morale, titolare dei corsi di Etica ed Economia, Etica dei Media Digitali presso l'Università di Macerata, GIACOMO GISTRÌ (UNIMC).</i> <i>Sarà possibile integrare la faculty anche in un secondo momento per la miglior riuscita del Corso.</i>
Link del corso	
Esperto di gruppo	<i>Inserire nome e cognome – solo per i corsi di II livello di tipo B</i>

Allegati:

1. Programma dettagliato del corso (*oppure schema base solo per i corsi di II livello di tipo B*) in formato PDF di dimensione massima 2 MB
2. Curriculum del Direttore del corso in formato PDF di dimensione massima 2 MB
3. Curricula dei docenti del corso in formato PDF di dimensione massima 2 MB (*almeno 2 docenti*)
4. Curriculum dell'esperto di gruppo in formato PDF di dimensione massima 2 MB (*solo per i corsi di II livello di tipo B*)
5. Delibera del Consiglio del Dipartimento proponente l'istituzione del corso (*oppure nota del Direttore del Dipartimento da sottoporre a ratifica del Consiglio*)

IL PROPONENTE