

**PROPOSTA DI ATTIVAZIONE
MASTER/CORSO DI PERFEZIONAMENTO - A.A. 2017/2018**

(coerentemente alle linee guida del regolamento dei corsi di alta formazione dell'Università degli Studi di Messina)

A. TITOLO DEL CORSO
<p>MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO IN "MANAGER DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA"</p> <p>CORSO DI PERFEZIONAMENTO IN "COMUNICAZIONE PUBBLICA INTEGRATA"</p>

B. STRUTTURA DI RIFERIMENTO	
Dipartimento -Centro interdipartimentale-	Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne
Data delibera di Dipartimento Approvazione Corso (da allegare al format)	23/01/2016
Sede del Corso	Polo Annunziata
Strutture, attrezzature e spazi utilizzati per lo svolgimento dei corsi	Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne

C. ENTE DI GESTIONE	
Interno (dipartimento/centro con autonomia di spesa)	Esterno (solo se co-proponente)
Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne	

D. TIPOLOGIA E DURATA DEL CORSO			
RIEDIZIONE	X	NUOVA PROPOSTA	
DURATA MESI	Master 12 mesi Corso di Perfezionamento 6 mesi		
NUMERO ORE DI FREQUENZA PREVISTO	Master 288 Corso di Perfezionamento 126		
TOLLERANZA DELLE ASSENZE PREVISTA (non superiore al 25%)	Master 25% Corso di Perfezionamento 25%		
NUMERO CREDITI UNIVERSITARI RICONOSCIUTI	Master 60 CFU Corso di Perfezionamento 30 CFU		
DATA PRESENTAZIONE RELAZIONE FINALE EDIZIONE PRECEDENTE (da allegare al format)	I edizione ancora in corso		
LNGUA	Italiano		

SITO WEB DEL MASTER	http://www.unime.it/it/dipartimenti/dicam

E. PARTECIPANTI			
Numero minimo per l'attivazione	15	Numero massimo per l'attivazione (il numero, minimo e massimo, si riferisce, singolarmente, sia al Master al Corso)	25
Titoli di accesso	<p><u>Master</u>: Laurea Triennale, Magistrale o Specialistica.</p> <p><u>Corso Perfezionamento</u>: Laurea, diploma di scuola media superiore e almeno cinque anni di esperienza come dipendente/collaboratore di una pubblica amministrazione impegnato nell'ambito dell'attività di comunicazione, pubblicità o marketing</p>		
Altri requisiti di accesso			
Modalità di selezione	<p>Sulla base del possesso di requisiti culturali e professionali esplicitati nel bando e sopra riassunti per "master" e "corso di perfezionamento", con facoltà di colloquio motivazionale. I requisiti prescritti devono essere posseduti alla data di scadenza del termine stabilito dall'apposito bando per la presentazione delle domande.</p> <p>Qualora il numero delle domande risultasse superiore al numero di posti previsti per il Master verrà organizzata una prova di selezione basata su test a risposta multipla. I quesiti riguarderanno competenze di base nell'ambito della teoria e tecniche della comunicazione, dell'economia pubblica, diritto amministrativo e dell'informazione.</p> <p>Qualora il numero delle domande risultasse superiore al numero di posti previsti per il Corso di Perfezionamento verrà organizzata una prova di selezione basata su test a risposta multipla. I quesiti riguarderanno competenze di base nell'ambito della teoria e tecniche della comunicazione.</p>		

F. STRUTTURA ORGANIZZATIVA			
Numero dei Componenti del Comitato tecnico scientifico			
Componenti interni			
Cognome e Nome	qualifica	SSD	Dipartimento
Bognari Mario	PO	M-DEA/01	Civiltà Antiche e Moderne
Centorrino Giovanna	RU	SECS-P/07	Economia
Centorrino Marco	RU	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne
Pira Francesco	RU	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne
Componenti Esterni			

Cognome e Nome	qualifica	Società/Università
Mieli Paolo	Giornalista e storico	RCS Libri
Talamo Sergio	Direttore comunicazione	FORMEZ

Direttore proposto:

Bolognari Mario	PO	M-DEA/01	Civiltà Antiche e Moderne
-----------------	----	----------	---------------------------

Le modalità di consultazione del CTS sono riunioni periodiche e riunioni telematiche.

Tutori (se previsti) n. 1

Ufficio di segreteria amministrativa e organizzativa: Segreteria amministrativa del Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne, referente dott.ssa Giuseppa La Spada

(indicare la struttura ed il referente/i da essa individuato/i).

G. DESCRIZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO

Destinatari: Il Master è finalizzato alla formazione di dipendenti/collaboratori di amministrazioni pubbliche, di gestori di pubblici servizi e di imprese operanti nel settore dell'informazione, del marketing, della comunicazione e/o della pubblicità, in possesso di laurea. Esso è altresì finalizzato alla formazione di giovani laureati che vogliano acquisire le competenze necessarie per l'accesso al pubblico impiego nell'ambito della comunicazione.

Il Corso di Perfezionamento è finalizzato alla formazione di dipendenti/collaboratori di amministrazioni pubbliche, di gestori di pubblici servizi e di imprese operanti nel settore dell'informazione, del marketing, della comunicazione e/o della pubblicità, in possesso di diploma e almeno cinque anni di esperienza.

Finalità del corso e adeguatezza al mercato del lavoro del processo formativo proposto:

L'analisi dei fabbisogni proviene dalla valutazione dell'esigenza sul territorio (piante organiche delle Pubbliche Amministrazioni di gestori di pubblici servizi e di imprese operanti nel settore dell'informazione, del marketing, della comunicazione e/o della pubblicità) di figure abilitate al ruolo di comunicatore pubblico che, modernamente, nei nuovi modelli organizzativi sono divenute indispensabili.

Il Master e il Corso di Perfezionamento s'inseriscono all'interno delle dinamiche di cambiamento delle pubbliche amministrazioni, sempre maggiormente orientata a favorire la partecipazione consapevole dell'utenza ed a promuovere e ricercare la soddisfazione della stessa. In tale contesto, la comunicazione, quale capacità di relazionare e relazionarsi con i pubblici interni e esterni, assume una funzione costante e trasversale dell'agire pubblico. In particolare la progettazione del Master e del Corso di Perfezionamento, già in occasione della I edizione, era passata attraverso contatti con diverse pubbliche amministrazioni (Comune e Provincia di Reggio Calabria, Consiglio Regionale della Calabria, Assemblea Regionale Siciliana e il nostro stesso Ateneo). Attraverso una serie di incontri informali e lettere d'intenti gli enti avevano evidenziato l'importanza di un simile percorso formativo per il loro personale (si vedano allegati). A tal punto da mettere in risalto anche l'esigenza di non escludere i dipendenti non laureati che già svolgono funzioni operative nell'ambito del settore della comunicazione. Proprio quest'ultimo aspetto ha portato alla progettazione di un doppio percorso indirizzato, da un lato, alla possibile acquisizione di un titolo di Master, e dall'altro ad un programma di aggiornamento da realizzare attraverso il corso di perfezionamento.

Per questa seconda edizione, poi, ulteriori contatti sono stati attivati con l'Istituto Superiore di Giornalismo di Palermo, che ha offerto la propria disponibilità ad essere coinvolto, attraverso professionisti del settore, in alcune attività legate ai due percorsi didattici.

A questo quadro si aggiunga la pressante richiesta manifestata dagli studenti laureati presso il nostro ateneo, ed in particolare nei corsi di laurea del DICAM triennali e magistrali nell'ambito della comunicazione pubblica e informazione giornalistica. In termini più generali a livello macro-regionale dall'analisi dei bisogni si è manifestata l'esigenza di un percorso formativo concepito tra Master e Corso di Perfezionamento per venire incontro alla domanda potenziale.

Sempre per quanto riguarda gli sbocchi professionali, infine, si tenga presente che: il Master è abilitante ai sensi della legge 150/2000 per le professioni di portavoce, addetto all'ufficio stampa (se iscritto all'Ordine dei Giornalisti), di addetto all'ufficio relazioni il pubblico, all'ufficio comunicazione strategica o istituzionale.

Il Corso di Perfezionamento offre un corso teorico-pratico utilizzando assunti teorici e esercitazioni pratiche sulle nuove tecniche di comunicazione istituzionale.

Al termine del Master e del Corso di Perfezionamento sono previsti attività di accompagnamento attraverso il monitoraggio delle carriere degli iscritti.

Obiettivi specifici: Il Master si pone come obiettivo specifico la riqualificazione ed aggiornamento professionale dei destinatari, attraverso un'attività formativa incentrata sul sistema e sugli elementi di comunicazione inseriti nel più ampio contesto della gestione manageriale della pubblica amministrazione e dei gestori dei pubblici servizi. Una gestione sempre maggiormente orientata a favorire la partecipazione consapevole dell'utenza ed a promuovere e ricercare la soddisfazione della stessa. Gli obiettivi sono parzialmente condivisi con il percorso previsto dal Corso di Perfezionamento

dove a differenza del Master i partecipanti potranno acquisire solo competenze propedeutiche sulle nuove forme di comunicazione e sull'organizzazione dei processi

della stessa e sulla comunicazione di crisi.

Obiettivi formativi e di apprendimento: Il Master attraverso l'integrazione del corpo docente universitario con funzionari pubblici impegnati operativamente nel settore dell'informazione e comunicazione istituzionale, ha l'intento di proporre approfondimenti di tipo teorico, giuridico e manageriale nell'ambito della comunicazione pubblica, utilizzando, in modo diffuso, esercitazioni ed approcci operativi.

Il Corso di Perfezionamento garantirà l'acquisizione di competenze limitate all'ambito disciplinare della comunicazione pubblica con approfondimenti e nozioni su situazioni ricorrenti nella comunicazione pubblica stessa.

Profilo professionale e sbocchi professionali e occupazionali:

Le professionalità formate all'interno del Master/Corso di Perfezionamento potrebbero svolgere incarichi che concernono la gestione dei flussi di informazione e comunicazione tra le organizzazioni, tra le organizzazioni e i target di riferimento e all'interno delle organizzazioni.

Le competenze acquisite consentiranno di svolgere: attività di informazione verso i media attraverso strumenti editoriali, audiovisivi, telematici; attività di comunicazione verso gli utenti delle organizzazioni attraverso canali personali ed impersonali; gestione della comunicazione interna all'organizzazione attraverso canali personali e medialti. In particolare, nell'ambito delle pubbliche amministrazioni, le professionalità formate potranno svolgere una serie di attività previste dalla legge 150/2000 e dai successivi regolamenti attuativi, operando negli Uffici Relazione con il Pubblico (URP) e in strutture analoghe.

I principali settori di riferimento sono, pertanto, rappresentati da uffici stampa all'interno di enti pubblici e aziende private, uffici ed agenzie di comunicazione.

H. ARTICOLAZIONE ED ORGANIZZAZIONE DIDATTICA DEL CORSO

Descrizione del piano didattico: Il piano di studi del Master prevede 1500 ore di attività formativa, che consentono l'acquisizione di 60 CFU, articolate in:

- 264 ore di attività didattica frontali (44 CFU)
- 24 ore di attività seminariale (4 CFU)
- 912 ore per studio individuale
- 150 ore per attività di stage/tirocinio (6 CFU)
- 150 ore per redazione e discussione dell'elaborato finale (6 CFU);

Il piano di studi del Corso di perfezionamento prevede 600 ore di attività formativa, che consentono l'acquisizione di 24 CFU.

- 126 ore di attività didattica frontali (21 CFU)
- 399 ore per studio individuale
- 75 ore per redazione e discussione dell'elaborato finale (3 CFU);

Per entrambi, oltre le ore d'aula, lo studio individuale verterà su esercitazioni, predisposizione progetti, ecc.

Tipologia e modalità di svolgimento di verifiche intermedie e della prova finale:

MASTER: PROVA FINALE

Scopo: La tesi di Master è un elaborato originale, che dimostra la capacità dello

studente di utilizzare lo strumentario metodologico per analizzare un dato problema e le competenze acquisite durante lo stage aziendale effettuato.

Relatore e Correlatore: Nello svolgimento della ricerca e della stesura della tesi lo studente sarà guidato con funzione di Relatore dal docente di uno dei corsi offerti nel Master.

Oggetto: La tesi di Master tratta un tema scelto tra gli argomenti sviluppati durante il Master e stabilito di comune accordo con il Relatore.

Discussione: La tesi di Master sarà discussa dal candidato di fronte alla commissione composta dal Direttore di Master, dai Componenti del CTS, dal Coordinatore Didattico, dal Relatore e dal Correlatore.

CORSO DI PERFEZIONAMENTO: PROVA FINALE

L'esame finale del Corso di Perfezionamento consiste nella stesura di una tesina di circa 30/40 pagine, da concordare con i responsabili del Corso in base agli interessi personali, relativamente agli argomenti trattati durante il corso.

Nello svolgimento della ricerca e della stesura della tesi lo studente sarà guidato, con funzione di Relatore, dal docente di uno degli insegnamenti offerti durante il corso di Perfezionamento.

La tesi del corso verrà discussa di fronte a una Commissione composta dal Direttore del Master, dai Componenti il CTS, dal Coordinatore Didattico, dal Relatore.

Carico di docenza interna	Master: 162 ore Corso di Perfezionamento: 90 ore
----------------------------------	--

Schema dell'articolazione didattica del corso (sequenzialità degli argomenti, attinenza ai vari settori scientifico-disciplinari, tempo dedicato a ciascun modulo, eventuali CFU):

MASTER:

N.	Modulo	Obiettivi formativi specifici e contenuti	SSD	Ore frontali	CFU
1	Teoria e disciplina della comunicazione e della pubblicità	- Dinamiche storiche delle principali teorie della comunicazione (6 ore)	SPS/08	48 (42 docenza interna - 6 docenza esterna)	8
		- Il processo e le forme di comunicazione (6 ore)	SPS/08		
		- La pubblicità e la sponsorizzazione (6 ore)	SPS/08		
		- Evoluzione normativa della funzione della comunicazione: dai principi costituzionali alla legge 150/2000 (6 ore)	SPS/08		
		- L'identità: tra immagine e reputazione (6 ore)	SPS/08		
		- Le attività di coordinamento	SPS/08		

		nell'informazione e nella comunicazione e profili professionali (6 ore)			
		-Procedimento amministrativo ed accesso agli atti, legge 241/90 (6 ore)	IUS/09		
		- Trattamento e protezione dei dati personali, legge 196/2003 (6 ore)	IUS/01		
2	Organizzare la Comunicazione, comunicare l'organizzazione	- Il Marketing dei servizi pubblici (6 ore)	SECS-P/08	54 (30 docenza interna – 24 docenza esterna)	9
		- Il Marketing del territorio e del turismo (6 ore)	SECS-S/03		
		- Standard di qualità e carta dei servizi (18 ore)	SECS-P/07		
		- Il Piano di comunicazione, interno ed esterno (24 ore)	SPS/08		
3	Giornalismi e pubbliche amministrazioni	- La comunicazione politica: legge 28/2000 (6 ore)	SPS/11	30 (12 docenza interna – 18 docenza esterna)	5
		- Il giornalismo politico (6 ore)	SPS/08		
		- La gestione dell'Ufficio stampa nella PA (6 ore)	SPS/08		
		- Comunicazione e giornalismo sociale (6 ore)	SPS/08		
		- Il giornalismo e l'Europa (6 ore)	SPS/08		
4	Comunicazione Pubblica e Social Media	- Reti informatiche e reti di relazioni (6 ore)	ING-INF/05	24 (12 docenza interna – 12 docenza esterna)	4
		- Il Social media management (12 ore)	SPS/08		
		- La definizione del target (6 ore)	SECS-S/05		

5	Trasparenza e pubbliche relazioni	- Trasparenza e relazionalità consapevole (12 ore)	IUS/10	48 (18 docenza interna - 30 docenza interna)	8
		- Aspetti giuscontabili in comunicazione, pubblicità, rappresentanza e relazioni pubbliche (6 ore)	IUS/10		
		- Procedure di scelta dei fornitori e gestione dell'affidamento (24 ore)	IUS/10		
		- La gestione degli eventi (6 ore)	SPS/08		
6	La performance nelle amministrazioni locali	-Il ciclo della performance (12 ore)	SECS-P/07	36 (24 docenza interna - 12 docenza esterna)	6
		- Comunicare e monitorare i servizi pubblici locali esternalizzati (12 ore)	SECS-P/07		
		- Il bilancio di mandato e quello sociale (12 ore)	SECS-P/07		
7	La Comunicazione di crisi	-Il processo di crisis management (6 ore)	SPS/08	24 (24 docenza interna)	4
		-Pianificare e veicolare la comunicazione di crisi come opportunità. (12 ore)	SPS/08		
		-La comunicazione di crisi quale funzione di dialogo con i media (6 ore)	SPS/08		
TOTALE				264	44

CORSO DI PERFEZIONAMENTO:

N.	<i>Modulo</i>	<i>Obiettivi formativi specifici e contenuti</i>	<i>SSD</i>	<i>Ore frontali</i>	<i>CFU</i>
1	<i>Teoria e disciplina della comunicazione e della pubblicità</i>	- Dinamiche storiche delle principali teorie della comunicazione (6 ore); - Il processo e le forme di comunicazione (6 ore);	SPS08	48 (36 docenza interna - 12	8

		<ul style="list-style-type: none"> - La pubblicità e la sponsorizzazione (6 ore); - Evoluzione normativa della funzione della comunicazione: dai principi costituzionali alla legge 150/2000 (6 ore); - La comunicazione politica: legge 28/2000 (6 ore); - L'identità: tra immagine e reputazione (6 ore) -Procedimento amministrativo ed accesso agli atti, legge 241/90 (6 ore); - Trattamento e protezione dei dati personali, legge 196/2003 (6 ore) 		docenza esterna)	
2	<i>Organizzare la Comunicazione, comunicare l'organizzazione</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Il Marketing dei servizi pubblici (6 ore) - Standard di qualità e carta dei servizi (18 ore) -Le attività di coordinamento nell'informazione e nella comunicazione e profili professionali (6 ore); - Il Piano di comunicazione, interno ed esterno (24 ore) 	SPS08-SECS-/P08	54 (30 docenza interna – 24 docenza esterna)	9
3	<i>La Comunicazione di crisi</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Il processo di crisis management (6 ore) - Pianificare e veicolare la comunicazione di crisi come opportunità. (12 ore) -La comunicazione di crisi quale funzione di dialogo con i media (6 ore) 	SPS08	24 (docenza interna)	4
TOTALE				126	21

I. ATTIVITÀ DI STAGE

Struttura	Obiettivi formativi specifici e contenuti	Ore	CFU
Comune di Reggio Calabria Provincia di Reggio Calabria Consiglio Regionale della Calabria Università degli Studi di Messina	Affiancamento all'interno degli uffici di pubblica amministrazione dedicati alla comunicazione , all'informazione ed alle relazioni con il pubblico, nelle attività di: <ul style="list-style-type: none"> - ufficio stampa, - comunicazione strategica, - progettazione di piani di comunicazione di medio, lungo periodo 	150	6

		<ul style="list-style-type: none"> - relazioni con il pubblico - gestione dei social network <p>In tal senso è stata già ottenuta una disponibilità di massima da parte di pubbliche amministrazioni delle regioni Calabria e Sicilia, che formalizzeranno l'impegno ad attivazione del Master e Corso di Perfezionamento, ribadendo così l'impegno già assunto in occasione della prima edizione.</p>		
--	--	--	--	--

MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA':

L'attività si svolgerà presso il soggetto ospitante e sarà con quest'ultimo concordata prima dell'avvio.

RUOLO SOGGETTO OSPITANTE IN FASE DI SELEZIONE TIROCINANTI:

Il soggetto ospitante è chiamato a dare la sua disponibilità ad accogliere uno o più tirocinanti. Non sono previste attività di selezione.

L. IN CASO DI PROPOSTA DI RIEDIZIONE

In corso di svolgimento

M. PIANO FINANZIARIO PREVENTIVO

MASTER

USCITE DEL CORSO	
Totale personale docente per attività formative	€ 20.800,00
Totale personale docente per attività organizzative e gestionali (tutors)	€ 1.500,00
Compenso organi del Corso	€ 0
Rimborsi spese	€ 2.500,00
Totale funzionamento e servizi	€ 3.200,00
Totale dei costi del corso	€ 28.000,00 (A)

QUOTE DOVUTE ALL'UNIVERISTA'

5% del costo di partecipazione al Corso:	€ 1.400,00
--	------------

(€ 93,33 x N. 15 iscritti previsti)	
10% del costo di partecipazione al Corso: (€186,66 x N. 15 iscritti previsti)	€ 2.800,00
Totale quote dovute all'Università	€ 4.200,00 (B)

TOTALE USCITE DEL CORSO	€32.200,00 (C=A+B)
--------------------------------	---------------------------

ENTRATE PREVISTE	
Quote d'iscrizione	€ 28.00,00
Quote Dovute all'Università (se previste separate dalla quota di iscrizione)	€ 4.200,00
Enti Finanziatori/Sponsorships	€ 0
Altri contributi	€ 0
Totale entrate del Corso	€ 32.200,00

TOTALE ENTRATE € 32.200,00	TOTALE USCITE € 32.200,00
--------------------------------------	-------------------------------------

CORSO DI PERFEZIONAMENTO

USCITE DEL CORSO	
Totale personale docente per attività formative	€ 9.000,00
Totale personale docente per attività organizzative e gestionali (tutors)	€ 1.200,00
Compenso organi del Corso	€ 0
Rimborsi spese	€ 400,00
Totale funzionamento e servizi	€ 1.580,00
Totale dei costi del corso	€ 12.180,00 (A)

QUOTE DOVUTE ALL'UNIVERISTA'	
5% del costo di partecipazione al Corso: (€ 93,33 x N. 15 iscritti previsti)	€ 609,00
10% del costo di partecipazione al Corso: (€186,66 x N. 15 iscritti previsti)	€ 1.218,00
Totale quote dovute all'Università	€ 1.827,00 (B)

TOTALE USCITE DEL CORSO	€ 14.007,00	(C=A+B)
--------------------------------	-------------	---------

Quote dovute all'Università

ENTRATE PREVISTE	
Quote d'iscrizione	€ 12.180,00
Quote Dovute all'Università (se previste separate dalla quota di iscrizione)	€ 1.827,00
Enti Finanziatori/Sponsorships	€ 0
Altri contributi	€ 0
Totale entrate del Corso	€ 14.007,00

TOTALE ENTRATE € 14.007,00	TOTALE USCITE € 14.007,00
--------------------------------------	-------------------------------------

N. Informazioni per eventuali comunicazioni dell'ufficio centrale			
Tipologia	Cognome e Nome	Telefono	E-mail
Docente di riferimento	Bolognari Mario	Tel: 0903503353 cell:	mbolognari@unime.it
Referente amministrativo	La Spada Giuseppa	Tel: 090 6765035 cell:	giuseppa.laspada@unime.it

Il Responsabile dell'Ente proponente

Messina, _____/_____/_____