

## **VALORE P.A. 2018**

### **PROGRAMMA DEL CORSO DI FORMAZIONE IN "Comunicazione interna ed esterna, qualità e empowerment nei servizi pubblici"**

#### **Corso di II livello (tema 6)**

##### **Organizzazione e programma di dettaglio del corso**

###### **1 – Contenuti e finalità**

Il corso di formazione si articola in 10 lezioni organizzate in 3 moduli ed è pensato in modo da rendere fruibili i contenuti di ogni lezione in un arco di mezza giornata.

I contenuti del corso sono volti ad assicurare una comunicazione interna ed esterna efficace a supporto dell'empowerment e della qualità del servizio pubblico. Si concentra quindi su public speaking, comunicazione interna ed esterna, leadership, ascolto efficace ed organizzazione delle informazioni. Il tutto rivolto alla centralità del cittadino ed una gestione volta all'eccellenza. Nei servizi pubblici il problema della qualità è complesso, perché soddisfazione dell'utenza, goal-free evaluation (GFE), e qualità per obiettivi entrano facilmente in contrasto. Ci si viene a trovare anche alle prese con contraddizioni, come quella tra interesse privato e collettivo o etica e economia. Per fare sintesi di queste dialettiche occorre lavorare per avere un cittadino-utente più consapevole e partecipe. Gli operatori devono essere a loro volta consapevoli di certe dialettiche strutturali e disporre di strumenti per gestirle, invece di soffrirle nelle loro attività quotidiane. Anche le organizzazioni hanno bisogno di adottare approcci alla qualità adeguati e di strumenti operativi che facilitino il miglioramento.

Il problema della qualità è complesso anche per i cambiamenti del mondo di oggi, tra i quali incide particolarmente il fatto che siamo nell'era della cognizione distribuita. Sempre meno le prestazioni di un individuo dipendono dalla sua mente isolata e sempre più dall'interazione tra la sua mente e l'ambiente, con i suoi oggetti, la sua strutturazione, i tools disponibili, l'accesso alle conoscenze, il rapporto con gli altri. Anche la cognizione distribuita porta a ripensare il rapporto con l'utente, il lavoro degli operatori e l'organizzazione lavorativa.

Il corso si articola in 10 lezioni di 5 ore ciascuna, per un totale di 50 ore dedicati all'acquisizione delle conoscenze di base in tema della gestione dei conflitti. Nei singoli moduli sono possibili codocenze, al fine di integrare le competenze disciplinari.

## 2 – Requisiti di ammissione

Il corso di formazione si svolgerà nell'arco di 10 settimane, una sola lezione a settimana indicativamente dalle ore 9.00 alle ore 14.00.

Il corso si terrà presso il Dipartimento di Economia e Diritto, Sapienza Università di Roma in via del Castro Laurenziano 9, Roma (fermata metro Policlinico – linea B).

## 3 – Programma del corso

L'attività formativa è di 50 ore dedicate all'attività di didattica frontale. **Non è previsto il rilascio di crediti formativi universitari (CFU).**

ATTIVITA' FORMATIVE	Ore di formazione
<b>Attività Didattica Frontale</b>	
<b>Modulo 1 – Comunicazione e qualità</b> <i>Comunicazione.</i> Oltre lo scambio di informazioni, comunicazione e scopi, l'interazione sociale e la comunicazione, gli script. Tipi di miscommunication. L'equilibrio tra comunicazione riuscita e miscommunication nei rapporti interpersonali, all'interno delle organizzazioni, nella comunicazione attraverso i media e nei rapporti interculturali. La persuasione. Persuasione manipolatoria e funzionale: l'errore della condanna della retorica. L'importanza della persuasione. Le leve della persuasione. Tecniche consolidate. L'importanza della persuasione funzionale.	20
<i>Comunicazione mediata.</i> Potenziamenti e restrizioni rispetto alla comunicazione faccia a faccia. I mass media. Internet. I social media. Come i riceventi elaborano i messaggi nella ricezione attraverso i mass media. Forme di comunicazione in rete. La conversazione in rete. Come i riceventi elaborano la comunicazione web. Come i riceventi elaborano la comunicazione attraverso i social media. Focus group e laboratorio sulle esperienze di comunicazione. Analisi e ideazione di modalità alternative sotto la guida dell'esperto. Revisione critica e discussione.	
<i>Approcci alla qualità.</i> L'approccio normativo-repressivo. Svantaggi dell'approccio normativo-repressivo. L'approccio normativo-correttivo. Svantaggi dell'approccio normativo correttivo. Migliorare continuamente: Total Quality Management e Continuous Quality Improvement. Vantaggi del miglioramento continuo. Limiti nei servizi pubblici. Come superare i limiti del miglioramento continuo senza rinunciare ai vantaggi? La qualità integrata.	
<i>Strumenti di qualità integrata.</i> Comunicare la qualità. Le reingegnerazioni di processi bottom up e top down. Dalla qualità percepita al miglioramento continuo. Dalla qualità per obiettivi al miglioramento continuo- L'empowerment del cittadino-utente e degli stakeholders. L'empowerment degli operatori e organizzativo. Variabili per misurare la qualità: modelli freddi e modelli caldi. Gli strumenti di misurazione e il loro uso nell'ottica della qualità integrata.	

<p><b>Modulo 2 – Empowerment in azione</b></p> <p><i>La cognizione distribuita.</i> Che cos'è?. Come è maturato il concetto negli anni Novanta. I cambiamenti del mondo di oggi che ci trascinano nell'era della cognizione distribuita. Come la cognizione distribuita rende diversi gli utenti dei servizi. Dal paradigma del possesso al paradigma dinamico delle competenze professionale. Una trasformazione difficile per gli operatori dei servizi. Come supportarli.</p>	15
<p><i>L'empowerment del cittadino-utente.</i> Come e perché favorisce la qualità dei servizi- L'importanza della comunicazione. Prevedere per comunicare in anticipo. Skills da sviluppare. Gestire la relazione. I contrasti: una opportunità per fare empowerment. La tecnica delle tre A per sanare i contrasti e orientare il cittadino.</p>	
<p><i>L'empowerment professionale e organizzativo.</i> Le ragioni dell'empowerment professionale nei servizi pubblici. Il knowledge transfer. Le competenze comunicativo relazionali. Diventare agenti di empowerment. Strutture comportamentali che aiutano. Sistemi implementabili.</p>	
<p><b>Modulo 3 – Impariamo dall'analisi di casi</b></p> <p><i>Impariamo dall'analisi di casi.</i> Focus group su esperienze di comunicazione che testimoniano difetti di qualità. Analisi e ideazione di modalità di azione sotto la guida dell'esperto. Revisione critica e discussione.</p>	15
<p>Conflitti tra valori e scelta morale. I dilemmi morali classici e le indicazioni di risoluzione tratte dalle principali teorie etiche. I partecipanti potranno confrontarsi con alcuni dei dilemmi morali, mettendo alla prova le modalità di ragionamento morale proprie di ciascuno. Discussione critica dei processi di giudizio morale, con il contributo esplicativo dei dati delle ricerche sperimentali sul tema dei dilemmi. Implicazioni etiche dei comportamenti e delle scelte nell'ambito dei servizi pubblici, con particolare riferimento al settore sanitario.</p>	
<p><i>Laboratori di economia sperimentale.</i> Attraverso diversi esperimenti nei laboratori di economia sperimentali presso il Dipartimento di Economia e Diritto, si svolgeranno degli esperimenti per testare l'importanza della comunicazione e della trasparenza.</p>	
<b>Totale ore di formazione</b>	<b>50</b>

## 5 – Corpo docenti

### Direttore del Corso

**Prof. Felice Roberto Pizzuti**, Professore Ordinario di Politica Economica presso "Sapienza" Università di Roma.

**Coordinatore didattico, Giovanni Di Bartolomeo**, Professore Ordinario di Politica Economica presso "Sapienza" Università di Roma.

### Docenti

1. **Prof. PARISIO DI GIOVANNI**, Professore Associato di Psicologia della Comunicazione presso Università degli Studi di Teramo.

2. **Prof. GIOVANNI DI BARTOLOMEO**, Professore Ordinario di Politica Economica presso “Sapienza” Università di Roma.
3. **Prof. STEFANO PAPA**, Docente di Politiche economiche europee e assegnista di Economia comportamentale presso “Sapienza” Università di Roma e ricercatore presso il laboratorio di economia comportamentale CIMEO.
4. **Prof. FABRIZIO SANTOBONI**, Professore Associato di Economia degli Intermediari Finanziari presso la Facoltà di Economia (“Sapienza” Università di Roma) e ricercatore presso il laboratorio di economia comportamentale CIMEO.



**Per Informazioni**

**Sapienza - Università di Roma**  
**Dipartimento di Economia e Diritto**  
Via del Castro Laurenziano, 9 - 00161 Roma  
T. 06 49 76 63 29  
e-mail: [annalisa.sarrecchia@uniroma1.it](mailto:annalisa.sarrecchia@uniroma1.it)  
web site: [master.dipecodir.it](http://master.dipecodir.it)