

# COMUNICAZIONE

## INDICE

<b>UNA GESTIONE STRATEGICA DELLA COMUNICAZIONE WEB ATTRAVERSO IL PORTALE DI ATENEO. MODELLI DI GESTIONE E FLUSSI INFORMATIVI .....</b>	<b>2</b>
<b>LA COMUNICAZIONE E GLI STUDENTI NATIVI DIGITALI .....</b>	<b>4</b>
<b>SEGRETERIE STUDENTI: COMUNICAZIONE EFFICACE E GESTIONE DEL CONFLITTO NEL FRONT-OFFICE .</b>	<b>6</b>

<b>UNA GESTIONE STRATEGICA DELLA COMUNICAZIONE WEB ATTRAVERSO IL PORTALE DI ATENEIO. MODELLI DI GESTIONE E FLUSSI INFORMATIVI</b>	
<b>RAGIONI</b>	<p>Il portale di Ateneo non è un semplice sito web con funzioni di “vetrina”, ma è un complesso e articolato sistema per la gestione di contenuti e servizi.</p> <p>Occorre approfondire le relazioni fra la pubblicazione dei contenuti, i processi amministrativi sottesi e gli attori coinvolti nel processo, con uno sguardo alla sostenibilità nel tempo e a soluzioni operative da integrare negli Atenei.</p> <p>Il portale federale di servizi è un sistema integrato di tecnologia, organizzazione e comunicazione.</p> <p>Gli atenei che hanno un’organizzazione multipolare e complessa richiedono un modello di gestione opportunamente strutturato e calibrato rispetto al modello già in essere.</p> <p>Nel percorso formativo verranno approfonditi i temi di una Redazione Web e di una rete di referenti distribuita che opportunamente gestiti permettono un uso strategico del portale e dei canali a esso connessi, necessario per una comunicazione web efficace.</p> <p>In un contesto di risorse scarse diviene necessario il coinvolgimento degli utenti per organizzare al meglio il personale allo scopo di assicurare un flusso informativo tempestivo e certificato. Una Redazione web centrale coadiuvata da una rete di referenti, come struttura di riferimento, coordinamento e garanzia della qualità dei contenuti e garanzia dell’integrazione dei flussi informativi.</p> <p>Nel percorso formativo verranno analizzati anche gli impatti sul management nell'applicazione del modello proposto e contestualizzati rispetto al modello organizzativo in essere nell'Ateneo.</p> <p>Non è un percorso sulle tecnologie rivolto a informatici, ma a soggetti che a vari livelli operano sulle diverse componenti del “Sistema Portale”.</p>
<b>OBIETTIVI</b>	<p>Il percorso intende illustrare soluzioni concrete e condividere un modello per una gestione efficace e di qualità, oltre che efficiente, di un portale di classe enterprise.</p> <p>Il percorso prevede anche una trattazione operativa e pratica per favorire l'avvio di attività tese a implementare il modello di gestione proposto, con l’obiettivo di valorizzazione competenze, professionalità ed esperienze già in essere presso l'Ateneo.</p>
<b>CONTENUTI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione di una “Redazione Web” con un modello organizzativo "distribuito" (componente centrale, componente dipartimentale con relazioni strutturate ed opportunamente organizzate); il modello di referenti per flussi informativi e servizi presso le varie strutture dell’Ateneo. (1 giornata)</li> <li>- Elementi per il redesign della home page del sito e la creazione di sezioni del portale dedicate a tematiche specifiche. Lo "Speciale Immatricolazioni". (1 giornata)</li> <li>- Il portale di Ateneo, l’organizzazione dei contenuti. Gli spazi informativi delle aree private “MyuniPA”. Usabilità del web, Architettura delle informazioni e Test di Usabilità secondo modello eGLU. Teoria e supporto in fase di analisi, esecuzione e ipotesi di redesign. (2 giornate)</li> <li>- I social nella gestione strutturata di flussi informativi di UNIPA: elementi per il passaggio da gestione esterna a una gestione interna e per un uso dei social per la comunicazione di servizio orientata al target di riferimento. (1 giornata)</li> </ul>

	- Training su tecnologie legate alla comunicazione ed elementi di ottimizzazione di servizi. (1 giornata)
<b>DESTINATARI</b>	Il percorso di formazione è rivolto a tutto il personale interessato agli argomenti connessi con i temi oggetto del percorso di formazione.
<b>DURATA</b>	42 ore di formazione in presenza.

## LA COMUNICAZIONE E GLI STUDENTI NATIVI DIGITALI

<b>RAGIONI</b>	<p>Le Segreterie Studenti rappresentano l'interfaccia primaria e più visibile dell'Ateneo verso l'utenza studentesca. Il ruolo degli uffici a diretto contatto con gli studenti, iscritti o potenziali, è percepito dall'esterno come il primo e più visibile volto dell'amministrazione universitaria. Rivestire questo ruolo comporta nuove competenze, nuovi processi, ma anche la consapevolezza di dover maneggiare strumenti nuovi diversi da quelli noti perché nuovo è il pubblico di riferimento, e ancora più portatore di novità sarà quello che giungerà all'università tra qualche anno.</p> <p>Parliamo dei "nativi digitali", di coloro cioè che nascono avendo come Lingua madre quella digitale. Cambia la relazione interpersonale e cambiano gli strumenti privilegiati che mediano la comunicazione.</p> <p>La tecnologia ha cambiato il nostro modo di comunicare. Il risultato complessivo della tecnologia on-line è stato quello di permettere di connettersi di più e più rapidamente con le persone, ma anche di comunicare sempre meno "face to face". È diventato più facile mantenere un contatto costante con gli altri, ma questo non significa che le persone siano diventate di colpo più socievoli. In realtà, Larry Rosen, professore di psicologia presso la California State University, Dominguez Hills, sostiene che la tecnologia ci sta distraendo dalle nostre relazioni reali perché spendiamo così tanto tempo per mantenere connessioni superficiali on-line, da non fare più sforzi sufficienti per coltivare relazioni più profonde nella vita reale. Keith N. Hampton, cattedra di Comunicazione e Public Policy presso la Scuola di Comunicazione e Informazione della Rutgers University, afferma, invece, che la tecnologia on-line sta arricchendo i rapporti e il resto della nostra vita sociale, siamo cioè, più in grado di espandere i nostri orizzonti sociali on-line e di rendere i nostri rapporti ancora più stretti.</p> <p>La tecnologia on-line e i social media, dunque, da un lato sembrano ci stiano distraendo dalle nostre relazioni reali, dall'altro sembrano capaci di fornire una vasta gamma di benefici di cui non abbiamo goduto nel passato. Una soluzione percorribile, forse salomonica, appare quella di conoscere entrambi in tutti gli aspetti per farne poi un uso consapevole sia nel mondo virtuale che in quello reale, soprattutto da parte delle nuove generazioni che si affacciano all'Università.</p> <p>Il percorso intende approfondire gli aspetti della comunicazione con gli studenti in tutte le sue varianti. Dalla comunicazione interpersonale, passando alla comunicazione "virtuale", fino ad arrivare a come utilizzare in modo più efficace i mezzi della "nuova comunicazione".</p>
<b>OBIETTIVI</b>	<p>Il Corso di formazione si propone di trasferire ai partecipanti uno sguardo di insieme sui saperi, sui modelli e sui sistemi della Comunicazione, inducendo alla sedimentazione dei comportamenti più efficaci, nei rapporti interpersonali e in quelli personali rivolti allo studente.</p>
<b>CONTENUTI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Università, studenti, informazione e comunicazione.</li> <li>- Chi sono i nativi digitali?</li> <li>- Generatività e natività digitale.</li> <li>- Educazione e comunicazione digitale.</li> <li>- Generazione genitorialità digitale.</li> <li>- La Generazione 2.0. e gli studenti universitari.</li> <li>- Cambiamenti fisici, neuronali, psicologici, relazionali e sociali.</li> <li>- Apprendimento e memoria digitale.</li> <li>- Identikit degli studenti nativi digitali.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicazione digitale e comunicazione analogica.</li> <li>- Case study o role play.</li> </ul>
<b>DESTINATARI</b>	Il Corso di formazione è rivolto al personale che opera nei “luoghi dell’accoglienza”: Segreterie Studenti e uffici a contatto diretto con il pubblico, comprese le Segreterie di Dipartimento, negli Uffici Comunicazione e nelle redazioni web e social degli Atenei.
<b>DURATA</b>	7 ore di formazione in presenza.

<b>SEGRETERIE STUDENTI: COMUNICAZIONE EFFICACE E GESTIONE DEL CONFLITTO NEL FRONT-OFFICE</b>	
<b>RAGIONI</b>	<p>L'orientamento al cliente è una prerogativa indispensabile per la crescita e la competitività di un'organizzazione di servizi come l'Università, in quanto tutti i clienti/utenti, in particolar modo gli studenti ma non solo, necessitano di informazioni chiare, esaustive e non contraddittorie. Il personale addetto può rispondere alle richieste in modo asettico, trasmettendo l'informazione senza la possibilità di alternative o di replica, ovvero in modo empatico, preservando la chiarezza e l'incisività di quanto trasmesso ma, allo stesso tempo, mettendosi nei panni di chi non ha chiari punti di riferimento e pone fiducia in un interlocutore che, in tale frangente, rappresenta l'Istituzione cui si rivolge.</p> <p>L'addetto al front office svolge, in questi termini, una duplice funzione: informativa e di supporto, fornendo la corretta informazione e agevolando un corretto utilizzo delle procedure, in un'ottica di condivisione e ascolto attivo delle richieste e difficoltà da affrontare. Tutto ciò anche di fronte a soggetti talvolta maldisposti o contrariati, per i più vari motivi: l'utenza è variegata, così come le sensibilità e i possibili approcci relazionali, e un'interazione di tipo "istituzionale" può trasformarsi in un'interazione di tipo "personale" con tutti i pericoli del caso.</p> <p>Il confine tra cordialità/empatia e distacco/conflitto può risultare, allora, molto sottile, col rischio che si crei un conflitto scaturito da un non riconoscimento del ruolo istituzionale dell'operatore o semplicemente da una reazione scortese dell'interlocutore. Appare quindi opportuno che l'Ateneo supporti il proprio personale di front line, offrendo conoscenze e strumenti idonei a individuare le potenziali minacce emotive e comportamentali che possono inquinare la comunicazione e che, se non efficacemente gestite, danneggiano non solo l'immagine dell'organizzazione ma anche l'autostima ed il senso di autoefficacia del personale stesso, che dovrebbe invece essere in grado di garantire un atteggiamento di apertura, di attenzione attiva e di problem solving.</p>
<b>OBIETTIVI</b>	<p>Il percorso formativo si pone i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- creare un terreno comune su compiti e problematiche connesse al ruolo e verificare quanto le difficoltà operative e relazionali riscontrate possano essere differenti al variare delle Strutture d'Ateneo;</li> <li>- testare le proprie capacità di comunicazione interpersonale anche nei casi in cui l'interlocutore assuma un comportamento non prevedibile; attraverso la condivisione delle esperienze e la proposta di alcune strategie comunicative sarà possibile individuare i comportamenti verbali e non verbali abitualmente adottati e quelli più opportuni per evitare interazioni potenzialmente stressogene;</li> <li>- aiutare i partecipanti a gestire meglio le proprie reazioni emotive di fronte ad atteggiamenti non concilianti o, addirittura, provocatori;</li> <li>- individuare specifiche tipologie di utenza con le relative esigenze e le "costanti" caratteriali con cui entrare in interazione al fine di non innescare e alimentare posizioni di conflitto.</li> </ul>
<b>CONTENUTI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le problematiche specifiche del ruolo.</li> <li>- I concetti di "stakeholder", "utente" e "cliente".</li> <li>- I concetti di "servizio" e di "qualità del servizio": la differenza tra "qualità erogata" e "qualità percepita".</li> <li>- Fidelizzare il cliente: l'utente come "datore di lavoro".</li> <li>- Lo Studente e le sue esigenze.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- I livelli di ascolto e le fasi che costituiscono l'atto di ascoltare.</li> <li>- L'ascolto attivo.</li> <li>- Il comportamento assertivo.</li> <li>- Linguaggio e comunicazione: comunicazione verbale, non verbale e paraverbale.</li> <li>- Gli ostacoli alla comunicazione.</li> <li>- I conflitti nelle organizzazioni complesse.</li> <li>- Emozioni e conflitto.</li> <li>- Il processo negoziale: fasi e tecniche.</li> <li>- Creatività nella soluzione dei problemi.</li> <li>- Comprendere il proprio atteggiamento prevalente nelle comunicazioni.</li> <li>- Come riconoscere una provocazione.</li> <li>- Riconoscere e controllare le proprie emozioni.</li> <li>- Le costanti caratteriali nell'interlocutore.</li> <li>- Individuazione di tipologie di Clienti/Utenti.</li> <li>- Come riconoscere una difficoltà emotiva nell'interlocutore e saperla affrontare.</li> </ul>
<b>DESTINATARI</b>	Il percorso formativo, è rivolto al personale impegnato in attività di front office delle Segreterie Studenti.
<b>DURATA</b>	14 ore di formazione in presenza.