# Gestione delle organizzazioni (con modulo di comunicazione)

## Prof. Barbara Scifo; Prof. Alberto De Marco

L’insegnamento si propone di fornire agli studenti le conoscenze di base necessarie per affrontare la gestione e la comunicazione di progetti e interventi nei settori del welfare e dello sviluppo sostenibile. L’insegnamento consiste di due moduli collegati che si concentrano rispettivamente sulla disciplina del Project Management (modulo 1 a cura del Prof. De Marco) e sulla Comunicazione dei progetti (modulo 2 a cura della Prof. Scifo). I due moduli sono complementari e la verifica degli apprendimenti avverrà con un unico esame.

Modulo 1: Project management (Prof. Alberto De Marco)

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il modulo si propone di fornire agli studenti le conoscenze di base della disciplina del Project Management e le competenze tecniche e manageriali utili per la gestione dei progetti in vari settori della produzione di beni e di servizi.
Il modulo fornisce metodi, tecniche e strumenti di base per avviare, pianificare e controllare un progetto anche attraverso situazioni pratiche, l’uso di uno strumento informatico e lo sviluppo di un project work in gruppo.

Al termine dell’insegnamento lo studente:

– conoscerà le principali metodologie e tecniche manageriali per la gestione dei progetti,

– comprenderà i modelli organizzativi aziendali per progetti e il ruolo dell’ufficio di management dei progetti,

– sarà in grado di avviare, programmare e controllare le attività, le risorse, i tempi e i costi di un progetto,

– avrà migliorato le competenze organizzative e di lavoro in gruppo.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il programma del modulo si articola come segue:

– Introduzione e principi di project management, processi e fasi del project management. Modelli organizzativi orientati alla gestione dei progetti, il project management office, ruolo e compiti del team di project management.

– La pianificazione del progetto, tecniche di scomposizione e stima dei costi di progetto.

– Nozioni di base di programmazione dei tempi del progetto.

– Project Risk Management. Definizioni e processo di gestione dei rischi: tecniche e strumenti di identificazione, quantificazione e risposta al rischio.

– Il monitoraggio e il controllo tempi e costi del progetto.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Le indicazioni bibliografiche e le letture del modulo saranno comunicati dal docente durante il corso.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il modulo prevede lezioni frontali, analisi e discussioni di campagne di comunicazione e testimonianze di professionisti, con particolare riferimento alla comunicazione delle politiche pubbliche, di *advocacy*, di servizi della Pubblica Amministrazione e di *engagement* dei cittadini. Il modulo prevede, inoltre, lo svolgimento di un lavoro di gruppo, da svolgere autonomamente da parte degli studenti, teso all’elaborazione di una presentazione finale che riguarderà la pianificazione della campagna di comunicazione relativa al progetto sviluppato nel primo modulo del corso.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame prevede la valutazione dell’apprendimento relativo a ciascun modulo. Il voto finale consisterà nella media aritmetica semplice dei voti conseguiti in ciascun modulo, purché ciascuno dei due voti sia sufficiente.

La valutazione del **Modulo 1** prevede:

– un esame scritto individuale con una sezione di dieci domande a risposta multipla, due domande aperte e un esercizio pratico;

– i risultati del project work di gruppo compresa la presentazione in aula.

Il voto finale del modulo 1 è espresso in trentesimi e tiene conto per il 70% della valutazione della prova scritta individuale e per il 30% dell’esito del lavoro di gruppo. La valutazione delle domande aperte e dell’esercizio considererà la completezza e il livello di analisi della risposta. La valutazione dei risultati del lavoro di gruppo terrà conto di completezza, analisi e capacità di comunicazione/*public speaking*.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

La frequenza al corso, sebbene non obbligatoria, è fortemente consigliata.

Il materiale didattico prodotto durante il corso ed eventuale materiale utile alla preparazione dell’esame è indicato in bibliografia o, in alternativa, sarà̀ reso disponibile on-line. Indicazioni più̀ dettagliate sulle parti dei testi consigliati di interesse specifico per il corso, materiale bibliografico e di studio aggiuntivo, saranno forniti dai docenti nel corso delle lezioni e sulla piattaforma Blackboard.

*Prerequisiti*

Nessuno.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. De Marco riceve gli studenti *online* previa richiesta di appuntamento via e-mail.

Modulo 2: Comunicazione dei progetti (Prof. Barbara Scifo)

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il modulo si propone di fornire agli studenti un’introduzione alle teorie della comunicazione e dei media, per poter poi acquisire le conoscenze di base sulla complessità dei processi di produzione e diffusione della comunicazione da parte delle organizzazioni (istituzioni pubbliche, aziende private ed enti del terzo settore) nel contesto contemporaneo, caratterizzato da un sistema mediale ibrido, interconnesso e algoritmico.

In particolare, il modulo intende fornire le competenze di base, teoriche e metodologiche, per la definizione e lo sviluppo di progetti di comunicazione integrata e multicanale relativa a interventi, misure, attività o programmi di policy. Tali competenze verranno sviluppate anche attraverso la realizzazione di un project work di gruppo, in stretto raccordo con la prima parte del corso.

Al termine dell’insegnamento lo studente:

– comprenderà criticamente le logiche di funzionamento del sistema mediale contemporaneo;

– conoscerà le specificità della comunicazione pubblica istituzionale (all’interno della quale si colloca anche la comunicazione delle politiche pubbliche), della comunicazione d’impresa (sempre più orientata verso tematiche di interesse generale) e della comunicazione sociale (tesa alla promozione di tematiche socialmente rilevanti al fine di produrre un qualche tipo di cambiamento da parte dei cittadini);

– comprenderà la necessità di adottare un approccio strategico orientato alla pianificazione della comunicazione;

– sarà in grado di definire e pianificare la strategia comunicativa di un progetto;

– conoscerà alcune tecniche, procedure e strumenti per la gestione delle attività comunicative pianificate e per la loro efficace attuazione;

– avrà migliorato le competenze organizzative, comunicative e di lavoro in gruppo.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il programma del modulo si articola come segue:

– un’introduzione sulle caratteristiche dei processi comunicativi e sulla complessità delle ecologie mediali contemporanee;

– una parte relativa alla comunicazione come elemento strategico per le organizzazioni e alla centralità della cultura della pianificazione per il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione;

– una parte sulla costruzione di campagne di comunicazione “autoprodotta” dalle organizzazioni, relative alla promozione di un progetto (un nuovo servizio, un’attività, una policy, un’iniziativa, etc.), considerando l’analisi dello scenario, la definizione degli obiettivi, dei pubblici di riferimento, delle strategie, dei contenuti, delle azioni e degli strumenti, e la misurazione dei risultati.

***BIBLIOGRAFIA[[2]](#footnote-2)***

G. Boccia Artieri, F. Colombo, G. Gili, *Comunicare. Persone, relazioni, media,* Laterza, Roma 2022. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/fausto-colombo-giovanni-boccia-artieri-guido-gili/comunicare-persone-relazioni-media-9788859300700-711703.html)

A. Lovari, G. Ducci, *Comunicazione pubblica. Istituzioni, pratiche, piattaforme*, Mondadori Università, Milano 2022. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/alessandro-lovari-gea-ducci/comunicazione-pubblica-istituzioni-pratiche-piattaforme-9791220600057-720887.html)

A. Galardi, *Comunicazione d’impresa,* Vita&Pensiero, Milano 2022. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/annalisa-galardi/comunicazione-dimpresa-9788834348130-708848.html)

Nel corso delle lezioni saranno comunicati i capitoli di ciascun testo da studiare e suggeriti ulteriori materiali bibliografici.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il modulo prevede lezioni frontali, analisi e discussioni di campagne di comunicazione e testimonianze di professionisti, con particolare riferimento alla comunicazione delle politiche pubbliche, di *advocacy*, di servizi della Pubblica Amministrazione e di *engagement* dei cittadini. Il modulo prevede, inoltre, lo svolgimento di un lavoro di gruppo, da svolgere autonomamente da parte degli studenti, teso all’elaborazione di una presentazione finale che riguarderà la pianificazione della campagna di comunicazione relativa al progetto sviluppato nel primo modulo del corso.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame prevede la valutazione dell’apprendimento relativo a ciascun modulo. Il voto finale consisterà nella media aritmetica semplice dei voti conseguiti in ciascun modulo, purché ciascuno dei due voti sia sufficiente.

La valutazione del **Modulo 2** prevede:

– un esame orale individuale sul programma svolto in aula e sulla bibliografia indicata

– i risultati del project work di gruppo sulla pianificazione di una campagna di comunicazione di un progetto, compresa la presentazione in aula.

Il voto finale del Modulo 2, espresso in trentesimi e tiene conto per il 70% della valutazione dell’esame orale individuale e per il 30% dell’esito del lavoro di gruppo. La valutazione dell’esame orale considererà l’appropriatezza, la completezza e la profondità analitica delle risposte, oltre che la strutturazione argomentata e coerente del discorso e la capacità di individuare nessi concettuali. La valutazione dei risultati del lavoro di gruppo terrà conto della comprensione e dell’applicazione dei metodi e degli strumenti proposti, oltre che dell’efficacia della strategia comunicativa adottata. Sarà inoltre valutata la qualità della comunicazione (scritta e orale) dei risultati proposti.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

La frequenza al corso, sebbene non obbligatoria, è fortemente consigliata.

Il materiale didattico prodotto durante il corso ed eventuale materiale utile alla preparazione dell’esame è indicato in bibliografia o, in alternativa, sarà̀ reso disponibile on-line. Indicazioni più̀ dettagliate sulle parti dei testi consigliati di interesse specifico per il corso, materiale bibliografico e di studio aggiuntivo, saranno forniti dai docenti nel corso delle lezioni e sulla piattaforma Blackboard.

*Prerequisiti*

Nessuno.

*Orario e luogo di ricevimento*

La Prof. Scifo riceve gli studenti il mercoledì dalle ore 15,00 presso OssCom – Centro di ricerca sui media e la comunicazione (sede centrale, scala E, piano ammezzato), su appuntamento, confermato via e-mail.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)
2. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-2)