



UNIVERSITÀ
DI CAMERINO



www.unicam.it

[Richiedi informazioni online](#)

www.runningonline.it

organizzano il Master di Esperto in Comunicazione e Relazioni Istituzionali ¹ ^ edizione - inizio 8 novembre 2004

ISTITUZIONE

L'Università di Camerino, per iniziativa della Scuola di Specializzazione in Diritto Civile e della Facoltà di Giurisprudenza, in collaborazione con Running s.r.l., istituisce per l'anno accademico 2004/2005 il corso di Master universitario di primo livello in "Esperto in Comunicazione e Relazioni Istituzionali". Il corso di Master universitario di primo/ livello ha la durata di un anno accademico per complessivi 60 crediti.

FINALITÀ E OBIETTIVI

Il Master in "Esperto in comunicazione e relazioni istituzionali" indirizzato ai giovani laureati, vuole formare dei professionisti al servizio delle nuove esigenze che il mercato della politica, della pubblica amministrazione e della realtà aziendale e/o associative hanno mostrato in questi ultimi anni, soddisfacendo la richiesta di personale di supporto alla loro attività con una formazione di tipo strategico.

Cogliendo i mutamenti nelle istituzioni che hanno fatto della trasparenza e della comunicazione al cittadino uno dei loro punti di forza, il corso si propone di formare operatori capaci di riconoscere, costruire e coordinare l'attività di consulenza alle P.A. e del soggetto politico (sia essi un candidato, un partito o uno schieramento) a livello nazionale o direttamente sul territorio.

Si vuole altresì formare la nuova figura professionale dell'esperto in relazioni istituzionali. Un professionista che rappresenti gli interessi legittimi di imprese, associazioni, enti no profit presso le istituzioni italiane, europee ed extraeuropee.

Alla base di questo percorso sarà predisposta la conoscenza degli assetti legislativi, dei principi costituzionali e delle istituzioni nazionali ed Europee.

Particolare attenzione sarà dedicata al mondo della politica, alle sue forme di comunicazione, al rapporto sempre più stretto con i media e le sue logiche, non trascurando l'importanza degli sviluppi delle nuove tecnologie.

Il corso si propone inoltre di trasferire tutte le competenze necessarie sulle strategie e gli strumenti del marketing, nonché indicazioni sulla Lobbying e sulle attività di governance tra pubblico e privato.

DESTINATARI

Il corso di Master è rivolto a: Laureati triennali e quadriennali in materie giuridiche, economiche o umanistiche. E' richiesta preferibilmente la conoscenza della lingua inglese. Ulteriori requisiti: conoscenza dei sistemi informativi, utilizzo di internet.

Il numero degli ammessi al corso di Master è fissato in 20.

Per essere ammessi al corso di Master universitario candidati dovranno superare test attitudinali e colloqui.

Programma

1. AREA ISTITUZIONALE

durata 100 ore – 20 crediti

L'ordinamento Costituzionale italiano

Introduzione ai principi costituzionali e assetti legislativi
Il rapporto tra le fonti comunitarie, nazionali e regionali
Il funzionamento degli organi costituzionali
La forma di governo

Principi di diritto parlamentare

I regolamenti parlamentari
Il Funzionamento della Camera dei Deputati e del Senato
La formazione delle leggi
Interrogazioni, interpellanze, mozioni
La legge finanziaria

Informatica giuridica

Sistemi di ricerca elettronica delle fonti

I processi di riforma istituzionale

Federalismo, decentramento e ordinamento europeo
Nuove competenze regionali
Allocazione delle funzioni amministrative e regolamentari

Enti Locali

Testo Unico sull'ordinamento degli Enti Locali
La gestione dei servizi pubblici locali
La finanziaria degli enti locali

Autorità Amministrative indipendenti

I principi e le connotazioni comuni
Le funzioni di regolazione

Contratti e affidamenti della P.A.

L'esternalizzazione della gestione dei servizi
Le società miste
Privatizzazioni e cartolarizzazioni
La scelta del contraente. Servizi in economia
L'esecuzione dei contratti

Esercitazioni / incontri operativi durata 10 ore 1 credito

Uffici legislativo: proposte di legge, Air (analisi dell'impatto della nuova regolazione)
Atti di sindacato ispettivo: interrogazioni, interpellanze, mozioni
Procedure parlamentari, ricerca della documentazione, predisposizione emendamenti .

2. AREA RAPPORTI ISTITUZIONALI ED ATTIVITA' DI LOBBYING

durata 100 ore – 20 crediti

Lobbying e Public Affair

Lobby, gruppi di interesse, gruppi di pressione

Come e dove i gruppi di interesse esercitano

Riferimenti costituzionali per i gruppi di interesse

Rappresentazione organizzata in Italia :lo scenario politico istituzionale prima e dopo gli anni 90'.

Disciplina dell'attività di lobby in Italia: norme e proposte di legge al Parlamento Italiano,

Strumenti di azione e tecniche di influenza nei confronti del Parlamento, governo, P.A.

Ruolo dei lobbisti nel rapporto con le imprese e le associazioni di categoria

Legge comunitaria, istituzioni comunitarie

Rapporto tra normative comunitarie e statali

Lobbying corporate

Nuovi scenari dopo l'allargamento dell'Unione Europea

Marketing dei servizi di una azienda che opera nel settore lobbistico

Le finalità della regolamentazione

Esperienza di una società di lobbying e public Affairs

Attività del lobbista e mercato di riferimento: il caso Reti S.p.A.

Uso strategico dell'informazione: analisi e ricerche

Monitoraggio quotidiano delle attività delle istituzioni; le fonti di informazione :

Informazione e pubblicità parlamentare, governativa e ministeriale in Italia ed in Europa:

Bollettini, Gazzette ufficiali e pubblicazioni, Guida Azzurra, Guida Monaci,

Fonti alternative: come si legge l'European voice

Internet, siti web di organi costituzionali e Autorità amministrative e indipendenti

Media e Public Affair

Ufficio Stampa

Tecniche di comunicazione.

Position paper

Comunicazione interpersonale e persuasiva. Public Speaking

Progetto di Public affair

Mappature di decisori e influenti, policy brief, negoziazione coalition building, legislative drafting

Case Histories: analisi ragionata di esperienze di organizzazione e gestione di un piano di lobbying

Project management

Cos' è un progetto

Definizione di Project management

Engineering & management

Modelli organizzativi aziendali

Collocazione organizzativa del Project management

Gestione dei collaboratori

Gestire le dinamiche di gruppo

Modalità di gestione dei conflitti

Tecniche di negoziazione competitiva e collaborative

Team building

- Gestione del team di progetto
- Come motivare il gruppo

Esercitazioni / incontri operativi durata 20 ore 2 crediti

Simulare la realizzazione di un progetto di lobby, per un'impresa e/o associazione.

3. AREA SOCIO-POLITICA

durata 30 ore – 3 crediti

Società e politica

Evoluzione del sistema dei partiti

- Dai partiti di massa ai partiti d'opinione
- Il partito personale?
- Valori socio-politici degli italiani
- L'osservatorio diacronico dell'opinione pubblica

Marketing

Cos'è il marketing

- Definizione di marketing
- Strategie di posizionamento
- Il marketing mix
- Il marketing al servizio del pubblico
- Teorie e pratiche di marketing applicate ai soggetti associativi e del no-profit
- Marketing degli Enti Locali e marketing territoriale
- Marketing delle Università

Analisi dell'opinione

- Le ricerche quantitative (popolarità, temi e intenzioni di voto)
- Le ricerche qualitative (focus group, interviste in profondità, analisi di posizionamento)
- Le fonti elettorali
- Come si leggono i dati
- Il mercato politico: quale ricerca per quale obiettivo

Esercitazioni / incontri operativi durata 10 ore 1 credito

Simulare la realizzazione di una ricerca qualitativa e quantitativa per un potenziale cliente (pubblico e/o privato)

4. LA COMUNICAZIONE E IL SISTEMA MEDIALE

durata 40 ore – 4 crediti

Teorie della comunicazione

- Media "potenti" o effetti limitati?
- L'agenda setting
- Società e media elettronici: situazionismo e teoria dei media

Comunicazione e nuovi media

- Effetti sociali dei new media
- Verso una democrazia elettronica?

Comunicazione politica

Definizione di comunicazione politica

- Media, politica e società: approccio sociologico e approccio socio semiotico
- Fare comunicazione politica

La comunicazione elettorale

La comunicazione politica permanente

La comunicazione istituzionale

La politica on-line

- Avere il sito: bandierina di innovazione o specifica utilità?
- Come gestire la presenza on line dei soggetti politici

5. MARKETING POLITICO

durata 30 ore 3 – crediti

Definizione di marketing politico

Profilo d'identità del soggetto politico

- Il posizionamento e la valorizzazione del prodotto
- Il profilo di comunicazione personale

La strategia

- La definizione della strategia e del racconto da comunicare
- La scelta dei temi
- Il ruolo dell'avversario
- I materiali di comunicazione
- Il comitato elettorale

ESERCITAZIONI / INCONTRI OPERATIVI

durata 10 ore 1 – crediti

Simulare la costruzione di una campagna elettorale

STAGE e TESI FINALE

10 crediti

I corsisti che avranno utilmente seguito il corso, superato le verifiche, seguito il periodo di stage conseguiranno il titolo di Master Universitario in "Esperto in comunicazione e relazioni istituzionali".

Il lavoro del corsista sarà considerato pari a 60 crediti formativi.

Docenti

Oltre ad alcuni docenti dell'Università di Camerino:

Guido **Biscontini**

Roberta **Calvano**

Francesco **Cardarelli**

Fabio **Fede**

Antonio **Flamini**

Piero **Gotti**

Fabrizio **Lorenzotti**

Barbara **Marucci**

Luca **Petrelli**

Lucia **Ruggeri**
Roberto **Schiattarella**

hanno dato la propria disponibilità ad insegnare presso il Master:

Giada **BEVACQUA** Vice Capo di Gabinetto Ministero Italiani nel Mondo
Paolo **CASALI** Ufficio Legislativo Gruppo Parlamentare Camera dei Deputati
Luigi **CIAURRO** Direttore del Personale del Senato e docente a Urbino e Lumsa
Gianclaudio **DE CESARE** Ordinario di Diritto Parlamentare Università di Firenze
Enrica **GIORGETTI** Responsabile Relazioni Istituzionali Autostrade per l'Italia Spa
Cristina **GREGORI** Ufficio Comunicazione Gruppo Parlamentare Camera dei Deputati
Leonardo **IACOVELLI** Responsabile Sviluppo Mercato Innovazione Tecnologica Reti Spa
Giuseppe **MAZZEI** Responsabile Relazioni Istituzionali Rai
Massimo **MICUCCI** Presidente Reti Spa
Mario **PANIZZA** Consulente sistemi informatici Camera dei Deputati
Irene **PIVETTI** Giornalista – Responsabile Relazioni Istituzionali Reti Spa
Alessandra **SANTACROCE** Public Affair Pfizer
Sandro **SERENARI** Docente di Corporate Lobbying Alta Scuola di Economia e
Relazioni Internazionali Università del Sacro Cuore di Milano
Franco **SPICCIARIELLO** Relazioni Istituzionali Reti Spa

Informazioni sul Master

ORGANIZZAZIONE DEL MASTER

La durata del Corso è annuale e prevede:

- 300 ore di attività didattica frontale con 50 ore di esercitazioni/simulazioni/
incontri operativi/approfondimenti tematici
- stage, tirocinio, presso enti pubblici e/o aziende
- elaborazione di una tesi finale

Le lezioni si svolgeranno presso la Scuola di specializzazione di diritto civile in
Camerino con inizio l'8 novembre 2004 e termine con obblighi di frequenza (3 gg. a
settimana con questo orario 9.30/12.30 – 15.30/18.30).

Il calendario sarà disponibile a settembre.

La quota di partecipazione è di 3.000,00 euro.

Le modalità di pagamento saranno rese note a settembre.

Ulteriori informazioni saranno rese disponibili nel mese di Settembre.

Info:

Telefono: 0737 402833 / 402818
06 6749711

[Richiedi informazioni online](#)

E-mail: lucia.ruggeri@unicam.it
formazione@runningonline.it