

PROGRAMMA DETTAGLIATO DEL CORSO INPS (2024-25)

di I livello

dal titolo

“Innovazione manageriale nella Pubblica Amministrazione”

Competenza strategica / Area tematica

Comunicazione efficace: utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione pubblica con i cittadini attraverso un approccio innovativo. Regole e strumenti per comunicare attraverso i social -

Ascolto efficace, organizzazione delle informazioni.

Sede: on-line

1. Premessa

La crisi causata dall'emergenza epidemiologica da Coronavirus (COVID-19) ha evidenziato la necessità di intervenire in settori come la Pubblica Amministrazione (P.A.) attraverso cambiamenti profondi a livello organizzativo ed al ricorso a nuove tecnologie. Ciò al fine di permettere alle organizzazioni pubbliche di ripensare al loro approccio nei confronti della *Digital Transformation* e *Digital Divide* e agli effetti che essa genera sulle dinamiche organizzative e sulle relazioni nei e tra i gruppi di individui. La pandemia è stata, dunque, un fattore determinante della diffusione di metodologie e strumenti in grado di mettere in discussione gli schemi manageriali ancora attualmente implementati nella P.A., ponendo le basi per la creazione di una nuova cultura organizzativa capace di raccogliere le sfide di tale paradigmatico cambiamento.

Le indicazioni operative su aspetti tecnico-operativi, tecnologici (ICT) e normativi, espliciti dal Vademecum “P.A. e social media”, pubblicato dal Ministero per la Pubblica Amministrazione e la Semplificazione, hanno posto al centro dell'attenzione degli studiosi e dei dipendenti della P.A. stessa l'esigenza di governare i rapporti sia verso l'interno che con i diversi portatori di interessi mediante l'ausilio di approcci e di strumenti basati sui principi dell'economia comportamentale e della *Community Digital Empowerment*. Ciò, in ragione dell'evidenza che i cittadini cercano sempre più frequentemente soluzioni ai propri problemi su internet, si informano attraverso le proprie reti di relazioni basate su Social Network e solo successivamente ricercano il dialogo diretto con il proprio interlocutore, sia esso un'azienda o un ente pubblico.

L'avvento del *Social Network Environment* ha cambiato il paradigma di comunicazione tra pubblico e cittadino e ha conferito centralità alle potenzialità dell'economia comportamentale e del *nudging* (spinta gentile), sviluppando nuove forme di interazione sociale mediante l'impiego di strumenti digitali.

Ciò ha altresì permesso lo sviluppo, per la P.A., di un approccio *market-oriented* volto alla creazione di percorsi funzionali ed efficaci verso e/o all'interno di siti web e canali social istituzionali, in modo che la ricerca del cittadino potesse essere più intuitiva, consentendogli di accedere facilmente ai servizi pubblici.

Attraverso, quindi, l'implementazione della filosofia sottostante l'economia comportamentale e degli strumenti di *marketing-digitale* è possibile ridurre, se non azzerare, il grado di insoddisfazione del privato nei confronti del pubblico. L'innovazione assume, così, i caratteri di leva strategica per migliorare l'intero ecosistema delle P.A. ed, in contrapposizione con la percezione che la popolazione italiana ha nei confronti della stessa, può indurre ad un miglioramento del funzionamento generale dei pubblici uffici. Tale aspetto riveste, nel concreto, una rilevanza in chiave di governo di progetti complessi, quali quelli derivanti dall'acquisizione ed investimento di risorse del P.N.R.R.

Inoltre, il recupero di conoscenze e competenze manageriali e digitali dei dipendenti pubblici, nonché la possibilità di reclutare figure professionali in grado di supportare i processi di cambiamento in atto, rappresentano le misure di base per la riduzione dello *skill-shortage*, inteso come obsolescenza delle competenze degli individui per effetto, per l'appunto, dell'innovazione tecnologica. In un contesto socio-economico di tale portata, risulta chiaro che non possa considerarsi più sufficiente alimentare semplicemente il *turn-over* nei pubblici uffici ma che è assolutamente necessario che la P.A. si adoperi nel supportare processi formativi in grado di recuperare conoscenze e competenze digitali e manageriali adeguate allo scopo.

Alla luce del framework appena descritto ed in una prospettiva di *Behavioural Economics*, il progetto formativo proposto va nella direzione di curvare i vecchi e i nuovi profili professionali della Pubblica Amministrazione integrando competenze operative *core* (di gestione della cosa pubblica) con competenze tipiche degli specialisti in *Web Development*, *Social-media marketing*, *E-procurement* e *Project Management*.

2. Obiettivi formativi

Gli obiettivi del corso sono duplici.

In primo luogo, si intende trasferire i principi e le metodologie della *Behavioural Economics*, nonché le tecniche e gli strumenti di *Project Management*, in modo da formare professionisti in grado di governare le relazioni intra e infra gruppi, soprattutto in presenza di progetti complessi come quelli derivanti dall'implementazione del PNRR.

In secondo luogo, il percorso formativo metterà a disposizione dei partecipanti tecniche e strumenti utili a sostenere la trasformazione digitale nelle Pubbliche Amministrazioni.

Nel corso delle lezioni verranno sviluppati i modelli di governance per la gestione del digitale, nel rispetto del quadro normativo alla base dei processi di digitalizzazione (Codice dell'Amministrazione Digitale - D.Lgs. 82/2005, modificato dal D.Lgs. 235/2010) e della disciplina europea in materia di protezione dei dati personali (GDPR - Regolamento Europeo 2016/679).

3. Capacità e competenze da acquisire

Il corso intende fornire conoscenze e competenze approfondite sulle nuove logiche di funzionamento delle amministrazioni pubbliche, al fine di integrare tre ambiti di competenze: 1) sviluppo di soft skills mediante l'impostazione teorica dell'economia comportamentale per la gestione delle risorse

umane; 2) gestione dei progetti mediante tecniche di Project Management; 3) Social Media Marketing e Content Management nelle P.A.

Il corso offre ai discenti gli strumenti concettuali ed operativi per attuare il passaggio dalle forme di gestione tradizionali a quelle ispirate al modello manageriale in ottica di *Digital Transformation*.

4. Metodologie didattiche

Le lezioni si svolgeranno con modalità di fruizione a distanza. L'apprendimento, oltre che mediante lezioni frontali, avverrà attraverso l'utilizzo di metodologie didattiche innovative basate su dinamiche di *action learning* e *flipped classroom*, su sessioni di *team working*, *project works* e sulla discussione di casi concreti (*case studies*).

In base a quanto previsto dall'art. 11, co. 1 dell'avviso, i docenti assicureranno consulenza ai partecipanti – ove questi ultimi ne facciano espressa richiesta – prima e dopo lo svolgimento del corso. È altresì previsto lo svolgimento di un *project work* volto all'applicazione nell'ambito della propria attività delle conoscenze acquisite nel corso.

5. Destinatari

Il corso è rivolto al personale dipendente delle pubbliche amministrazioni iscritto alla gestione unitaria delle prestazioni creditizie e sociali.

6. Struttura del corso

Il percorso formativo prevede un impegno complessivo di **60 ore** di formazione suddivise in dieci giornate articolate in n. 3 moduli didattici e n. 10 unità didattiche, come di seguito illustrato:

6.1. MODULO 1- Project Management

Unità didattica 1 (6 ore)

Il P.N.R.R. e la centralità della pianificazione, controllo e valutazione dei rischi di progetto. Le finalità del Piano Triennale per l'Informatica. La struttura del Piano. L'importanza della pianificazione, programmazione e controllo delle attività. Gestione dei gruppi di lavoro.

Unità didattica 2 (6 ore)

Fondamenti di Project Management. Definizione di “progetto”. Aspetti gestionali chiave. Ruoli e responsabilità di progetto. La gestione dei *project stakeholders*. La sequenza di pianificazione. Definizione dell'ambito di progetto (*Scope*) e dei deliverables. Definizione delle risorse necessarie al progetto (*Project Resource Plan*).

Unità didattica 3 (6 ore)

Analisi dei costi e dei tempi. Stima delle risorse e dei costi delle attività (*Effort/Cost Matrix*).

Organizzazione delle attività. Scheduling, definizione delle milestone e del calendario delle attività.

Unità didattica 4 (6 ore)

Controllo di progetto e fondamenti di Risk Management. Gestione dell'esecuzione del progetto: scope, time, cost. Gestione delle Change Requests. Monitoraggio di tempi e costi. Attività di reporting di progetto. Definizione di Rischio. Identificazione dei rischi nei progetti pubblici. Analisi dei rischi. Risposte ai rischi. Monitoraggio e controllo dei rischi nella P.A.

6.2. MODULO 2- Behavioural Economics per lo sviluppo di soft skills

Unità didattica 5 (6 ore)

Teorie e tecniche comportamentali. Lezioni e webinar basati sulla Behavioural Economics applicate alle pratiche manageriali ed al ruolo-guida della dirigenza nei confronti delle risorse interne alla luce delle più avanzate teorie psicologiche e comportamentali. Sviluppo di competenze manageriali: complessità e importanza del ruolo motivazionale e di guida all'interno dei moderni contesti organizzativi.

Unità didattica 6 (6 ore)

Sviluppo di conoscenze e capacità intrapersonali ed interpersonali (*soft skills*) mediante approccio comportamentale: propensione al cambiamento, apprendimento e motivazione, gestione dello stress, autoefficacia ed autostima, proattività, pensiero creativo, empowerment comunicazione efficace, mediazione conflittuale, gestione e motivazione dei gruppi di lavoro, innovazione nei processi lavorativi. Efficacia ed effettività dell'agire amministrativo.

Unità didattica 7 (6 ore)

Teorie e tecniche comportamentali come contributo efficace al *rinnovamento organizzativo* della P.A.; modelli di risoluzione dei conflitti interni, di incremento dell'apporto collaborativo dei dipendenti, di valorizzazione delle intelligenze e delle conoscenze individuali; cenni ai principi di Programmazione Neuro-linguistica (PNL).

6.3. MODULO 3- Social Media Marketing e tecniche Search Engine Friendly

Unità didattica 8 (6 ore)

Social Media Marketing Strategies nelle P.A. Relazioni e comunicazioni tra cittadini digitali e P.A. Social Network: strategie, contenuti e corretto uso per le PP.AA. Stili comunicativi, opportunità e funzionamento. Comunicazioni automatizzate. Social Media Policy applicata al settore pubblico.

Unità didattica 9 (6 ore)

Tecniche SEF (*Search Engine Friendly*). Impostazione, avvio, mantenimento e sviluppo di una campagna SEO focalizzata per obiettivi. Ottimizzazione dei fattori on-site e valorizzazione dei fattori

off-site dei motori di ricerca. Attività di *search marketing*. Creazione di traffico targettizzato e aumento della visibilità delle pagine web/social di una Pubblica Amministrazione. Gestione degli Analytics.

Unità didattica 10 (6 ore)

Content Management e Storytelling nelle PP.AA. Processi e tecnologie atti a supportare l'intero ciclo di vita dell'informazione digitale. Apprendimento di strategie di comunicazione. Document Management, Web Content Management e Storytelling Marketing nelle PP.AA. e negli uffici di relazione con il pubblico (U.R.P.).

7. Organizzazione del percorso formativo

7.1. Sede di svolgimento del corso

Il corso sarà completamente fruibile attraverso la piattaforma E-Learning dell'Università degli Studi di Foggia, con lezioni a distanza sincrone.

7.2. Modalità di selezione dei partecipanti

Così come stabilito all'art.10 dell'Avviso, qualora il numero dei potenziali partecipanti all'iniziativa sia complessivamente superiore al numero massimo dei posti disponibili, è prevista una prova selettiva tramite la somministrazione di test a risposta multipla sulla conoscenza di base della materia oggetto del corso.

7.3. Giornate e orari dei corsi

Il corso sarà erogato in 10 settimane, con una lezione da 6 ore a settimana, dalle ore 8:00 alle ore 14:00. Il calendario didattico sarà reso disponibile entro 15 giorni dall'inizio delle lezioni.

7.4. Registro delle presenze

Il Dipartimento avrà un registro presenze per i partecipanti del corso depositato presso la segreteria del corso.

Le presenze saranno trasmesse, alla fine dei corsi, alla Direzione Regionale INPS Puglia, come previsto dall'art. 13 dell'Avviso.

7.5. Valutazione della didattica e Customer Satisfaction

Per ciascuna Unità Didattica, saranno somministrati questionari di gradimento ai partecipanti per indagare il livello di soddisfazione da parte dei corsisti, riguardo le aspettative sull'unità didattica, il corpo docenti, le modalità didattiche utilizzate, l'accoglienza e l'organizzazione delle unità didattiche.

I questionari, contenenti le valutazioni e il grado di soddisfazione dei partecipanti verranno trasmessi dall'Ateneo alla Direzione regionale INPS Puglia, come previsto dall'art. 15 dell'Avviso.

7.6. Valutazione del percorso di studio

Al termine di ciascuna unità didattica, il docente consegnerà al Coordinatore didattico un minimo di 12 domande che andranno a comporre il test di fine modulo, sviluppato sulla Piattaforma di E-learning dell'Università degli Studi di Foggia.

Ciascun partecipante, al termine di ciascuno dei tre moduli formativi, dovrà sottoporsi ad una sessione di verifica, con le modalità operative sopra evidenziate.

Al termine del percorso formativo, ciascun partecipante dovrà consegnare un elaborato (project work o tema) che sarà valutato da una Commissione composta dai docenti garanti del corso.

7.7. Indicatori di outcome

In linea con quanto riportato dall'art. 14 dell'Avviso, la verifica del conseguimento degli "Obiettivi strategici" avverrà mediante una rilevazione condotta attraverso gli indicatori di outcome, aventi ad oggetto:

1. Direttrice di sviluppo della PA – Efficienza

1.1. Area tematica: Pianificazione, misurazione e valutazione della performance (primo livello)

Outcome: Crescita delle competenze professionali, attraverso la valorizzazione del merito e miglioramento della qualità dei servizi offerti dalle Amministrazioni Pubbliche

2. Direttrice di sviluppo della PA – Trasparenza/Partecipazione

2.1. Area tematica: Comunicazione efficace: utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione pubblica con i cittadini attraverso un approccio innovativo. Regole e strumenti per comunicare attraverso i social – Ascolto efficace, organizzazione delle informazioni (primo livello)

Outcome: Potenziamento attività di comunicazione e verifica della maggiore comprensione degli utenti rispetto all'attività dell'Ente

3. Direttrice di sviluppo della PA – Semplificazione

3.1. Area tematica: Lavoro in gruppo e sviluppo delle capacità di comunicare e utilizzare gli strumenti digitali che favoriscano la condivisione del lavoro anche a distanza - Gestione delle relazioni e dei conflitti (primo livello)

Outcome: Miglioramento del contributo personale alle prestazioni del gruppo in sinergia con gli altri componenti.

Ai fini del monitoraggio del raggiungimento degli *outcome*, così come previsto dall'Art. 14 dell'Avviso, sarà predisposto un sistema di valutazione degli scostamenti tra quanto programmato e quanto conseguito.

8. Attribuzione di Crediti Formativi Universitari

In ragione di quanto riportato al punto 11, c.4 del presente Bando, l'Università degli Studi di Foggia rilascerà CFU così ripartiti per modulo (tenuto conto che per ogni CFU sono necessarie 8 ore di formazione/attività):

- MODULO 1 – Project Management (24 ore): **3 CFU** in uno dei seguenti SSD: SECS-P08; SECS-P10;
- MODULO 2 – Behavioural Economics per lo sviluppo di soft skills (18 ore): **2 CFU** in uno dei seguenti SSD: SECS-P06; SECS-P08; SECS-P10; SPS/08; SPS/10;
- MODULO 3- Social Media Marketing e tecniche Search Engine Friendly (18 ore): **2 CFU** in uno dei seguenti SSD: SECS-P08 e SECS-P10.

9. Corpo docente

Direttore didattico: Prof. **Claudio Nigro**, ordinario di Economia e Gestione delle Imprese – Università degli Studi di Foggia – CV:

https://www.unifg.it/sites/default/files/ugov_cvfiles/cv/curriculum-vitae-claudio-nigro.pdf

9.1. Coordinatori didattici:

Prof.ssa **Fiammetta Fanizza**, associato di Sociologia dell'ambiente e del territorio – Università degli Studi di Foggia – CV:

https://www.unifg.it/sites/default/files/ugov_cvfiles/cv/curriculum-vitae-fiammetta-fanizza.pdf

Prof.ssa Enrica Iannuzzi, associato di Economia e Gestione delle Imprese – Università degli Studi di Foggia – CV:

https://www.unifg.it/sites/default/files/ugov_cvfiles/cv/curriculum-vitae-enrica-iannuzzi.pdf

- 9.2. **Corpo docente:** In riferimento all'art. 12 punto 2 dell'Avviso, il corso si avvale di un corpo docenti appartenente alla struttura del soggetto proponente da almeno un anno e con un'esperienza nella didattica oggetto del percorso formativo di almeno 2 anni e/o con una esperienza professionale nella materia oggetto della didattica da almeno 3 anni. Il corso, inoltre, si avvale della collaborazione e del supporto di professionisti altamente qualificati che operano nel settore attinente alla tematica del corso, che saranno

individuati ed indicati nel calendario didattico, così come stabilito al punto supra 7.3 (giornate ed orari dei corsi).

Segue elenco del corpo docenti, da integrare in ragione delle esigenze specifiche del corso:

- Prof. **Claudio Nigro**, ordinario di Economia e Gestione delle Imprese – Università degli Studi di Foggia
- Prof.ssa **Fiammetta Fanizza**, associato di Sociologia dell'ambiente e del territorio – Università degli Studi di Foggia
- Prof. **Primiano Di Nauta**: ordinario di Organizzazione Aziendale – Università degli Studi di Foggia
- Prof. **Alessandro Muscio**: ordinario di Politiche Economiche – Università degli Studi di Foggia
- Prof.ssa **Enrica Iannuzzi**: associato di Economia e Gestione delle Imprese – Università degli Studi di Foggia