



COMUNICAZIONE PUBBLICA
ASSOCIAZIONE ITALIANA
DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA
E ISTITUZIONALE



COLLABORAZIONE
REGIONE DEL VENETO

SEMINARIO COMUNICARE IL TERRITORIO

Sede

Venezia, Palazzo ex Esav - S.Croce 1187

Docenti

Le lezioni sono tenute da professionisti esperti di comunicazione pubblica.

Documentazione

Ai partecipanti saranno consegnati materiali originali dell'Associazione Comunicazione Pubblica utili per approfondire e ampliare le conoscenze.

Attestazione

Alla fine del corso verrà rilasciato regolare attestato di frequenza.

Costi

Un seminario (12 ore) € 400,00

Chi si iscrive a più di un seminario ha diritto a uno sconto del 10%.

Per i soci dell'Associazione Comunicazione Pubblica è previsto uno sconto del 20%.

Altri seminari in programma

Comunicare la salute

mercoledì 15 e giovedì 16 ottobre 2008

Per informazioni

Associazione Comunicazione Pubblica
www.compublica.it

Delegazione di Veneto, FVG e TAA

tel. 348.6626977 - fax 0438.430161
e-mail: compubblicaveneto@libero.it

Direzione

Via Copernico 38/42 - 20125 Milano
tel. 02.67100712 - fax 02.67100712
e-mail: compubblica@libero.it

Premessa

Con questo percorso formativo, l'Associazione Comunicazione Pubblica in collaborazione con la Regione Veneto vuole rispondere all'esigenza di aggiornamento e qualificazione in materia di promozione turistica. L'amministratore pubblico di una destinazione turistica affermata o potenziale e l'operatore sul territorio deve ormai padroneggiare gli elementi fondamentali di comunicazione al fine di mantenere i flussi turistici attuali rispetto all'insorgere di destinazioni concorrenti oppure incentivare uno sviluppo turistico in una Regione in cui le risorse sono molteplici e variegiate.

Obiettivi

Il corso si propone di infondere le tecniche elementari di comunicazione turistica e di promozione di una destinazione, con particolare enfasi sugli aspetti di una destinazione circoscritta, ma densa di risorse pregiate, quali molti centri del territorio veneto e limitrofo possono vantare. Attraverso l'alternanza di lezioni frontali e di esercitazioni, il corso porterà i partecipanti ad analizzare gli strumenti più utilizzati di comunicazione turistica, da correlare ai messaggi e ai destinatari, all'interno di un Piano di comunicazione integrata; di quest'ultimo si apprenderanno le tecniche principali di aprontamento.

Destinatari

Il corso si rivolge ai dipendenti pubblici e agli operatori di Consorzi turistici; agli Amministratori locali, ai funzionari, ai responsabili di associazioni e organizzazioni del sistema di rappresentanza; agli operatori e a quanti si occupano a vario titolo di gestione di flussi turistici. Per garantire la massima efficacia, il numero di partecipanti non deve essere inferiore a 10 persone, né superare le 25. L'organizzazione si riserva di posticipare o annullare il corso se non viene raggiunto il numero minimo di iscrizioni.

Metodologia didattica

Il corso integra più metodologie didattiche per rendere l'apprendimento più efficace e vicino alla realtà organizzativa dei partecipanti. Il seminario si compone di due giorni di lezioni frontali in aula, durante le quali verranno alternati aspetti teorici con la presentazione e l'analisi di esperienze concrete particolarmente innovative, simulazioni pratiche e approfondimenti su problemi sollevati dai partecipanti.

Programma

mercoledì 17 e giovedì 18 settembre 2008
(dalle ore 9.30 alle ore 12.30 e dalle ore 14.00 alle ore 17.00)

1° giorno:

ALESSANDRO PAPINI

Il concetto di comunicazione integrata

Comunicare il territorio: specificità e analisi di contesto

Il sistema turistico come sistema di comunicazione: le fonti e i destinatari

Le linee guida per un comunicatore pubblico impegnato in progetti di comunicazione turistica: come gestire gli interlocutori

Gli strumenti di comunicazione turistica: quali strumenti utilizzare e in quali occasioni

Il ruolo dell'Ente locale nella promozione turistica

Presentazione e analisi di *case-study* relativi al contesto territoriale veneto.

2° giorno:

DANIELE COMBONI

Il piano di comunicazione turistica: come prepararlo, come farlo approvare, come presentarlo

Analisi di strumenti ed estrapolazione correlazione nel Piano

Aprontamento di un Piano di comunicazione

Modalità di attuazione

Esercitazione pratica e presentazione in aula degli elaborati

L'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale nasce nel 1990 per diffondere la cultura della comunicazione all'interno della P.A. e garantire ruolo e professionalità ai comunicatori pubblici. Nel 1993 inizia la sua battaglia per ottenere la certificazione della professione di "comunicatore pubblico" e un anno più tardi inaugura la prima edizione di COM-P.A., il Salone della Comunicazione Pubblica e dei Servizi al Cittadino. Nel 1998 raggiunge un accordo con la FNSI per contribuire, in modo decisivo, all'elaborazione del disegno di legge sulla comunicazione nella Pubblica Amministrazione, definitivamente approvata due anni più tardi con il nome di "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni", più conosciuta come legge 150/2000. Nel 2003, approva il codice deontologico e i profili professionali dei comunicatori pubblici. Nel 2003 contribuisce alla nascita della FEACP (Federazione Europea delle Associazioni di Comunicazione Pubblica), sancita dalla "Carta di Bologna".