

PROGRAMMA DEL CORSO DI RELAZIONI ESTERNE E LOBBYING NELLA PA

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08 (ECON-07/A)

CFU

6

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso offre le competenze e gli strumenti indispensabili per gestire efficacemente la funzione aziendale preposta alle relazioni istituzionali e al lobbying, favorendo un'ampia panoramica sulle dinamiche e le strategie coinvolte. Verranno esaminati i concetti teorici fondamentali, gli strumenti pratici e le questioni etiche legate a questa funzione. Il corso si propone, inoltre, di fornire agli studenti una comprensione approfondita delle strategie di gestione delle relazioni esterne con gli stakeholder, di comunicazione e di influenza utilizzate dalle organizzazioni nel contesto pubblico e privato. Coerentemente con la declaratoria ministeriale relativa al Settore Scientifico Disciplinare cui afferisce, l'insegnamento si propone di perseguire i seguenti obiettivi formativi:

- 1) Comprendere il ruolo delle relazioni esterne e del lobbying nelle organizzazioni pubbliche e private;
- 2) Analizzare le principali teorie e i modelli di relazioni esterne e lobbying;
- 3) Esaminare le tecniche e gli strumenti pratici utilizzati nelle relazioni esterne e nel lobbying;
- 4) Sviluppare competenze pratiche nella progettazione e nell'attuazione di strategie di relazioni esterne e lobbying.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Il corso ambisce a dare agli studenti un pacchetto di management tools specifici per la gestione delle Relazioni esterne e delle attività di lobbying in termini di:

- Conoscenza e capacità di comprensione

Al termine del Corso gli studenti saranno in grado di comprendere i concetti fondamentali delle relazioni esterne e del lobbying, inclusi i loro contesti storici e teorici. Gli studenti, inoltre, acquisiranno la capacità di analizzare criticamente le principali teorie e modelli di lobbying, nonché di identificare e descrivere le strategie, gli strumenti e le tecniche utilizzate nei contesti pubblici e privati. Ulteriori risultati di apprendimento attesi riguardano la capacità di riconoscere le sfide etiche e i dilemmi legati alle attività di lobbying, dimostrando una comprensione dei principi guida e delle normative applicabili. Al termine del Corso gli studenti saranno infine in grado di applicare le conoscenze acquisite per analizzare casi, evidenziando una comprensione chiara delle dinamiche e delle strategie coinvolte.

- Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del Corso gli studenti saranno in grado di utilizzare in modo efficace le teorie e i concetti appresi per progettare e implementare strategie di comunicazione e lobbying in contesti organizzativi specifici, e di applicare le conoscenze acquisite per identificare e analizzare le esigenze e le aspettative degli stakeholder, sviluppando approcci mirati di coinvolgimento e relazione. Gli studenti, inoltre, svilupperanno la capacità di valutare criticamente le campagne di relazioni esterne e lobbying esistenti, identificando punti di forza e debolezza e proponendo eventuali miglioramenti o alternative. Completato il corso, gli studenti saranno in grado di integrare le competenze acquisite in materia di relazioni esterne e lobbying con altre discipline pertinenti, come il marketing e la comunicazione aziendale, sviluppando approcci multidisciplinari e soluzioni innovative.

- Autonomia di giudizio

Il Corso mira a sviluppare la capacità di analizzare in modo critico le sfide e le opportunità nel campo delle relazioni esterne e del lobbying e di assumere decisioni informate e responsabili. In particolare, al termine del Corso gli studenti saranno in grado di eseguire analisi comparative tra diverse strategie di lobbying e relazioni esterne, valutandone i vantaggi, gli svantaggi e le implicazioni etiche. Gli studenti, inoltre, sapranno formulare giudizi indipendenti e ben argomentati su questioni complesse legate alle relazioni esterne e al lobbying, basati su una comprensione approfondita dei contesti organizzativi, politici e sociali.

- Abilità comunicative

Completato il corso, gli studenti sapranno comunicare in modo chiaro ed efficace i risultati delle proprie analisi e progettazioni, sia in forma scritta che orale, adattandosi al pubblico di riferimento e dimostrando capacità persuasive e di negoziazione.

- Capacità di apprendimento

Il corso intende favorire la capacità di riconoscere e declinare i processi di relazioni esterne e lobbying, attraverso la risoluzione di case study, esercitazioni e testimonianze del mondo professionale ed imprenditoriale.

PREREQUISITI

/**/

Non sono richieste conoscenze preliminari

ATTIVITA' DI DIDATTICA EROGATIVA (TEL-DE)

/**/

Le attività di Didattica Erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 5 videolezioni della durata di circa 30 minuti. A ciascuna lezione sono associati:

una dispensa (PDF) di supporto alla videolezione oppure l'indicazione di capitoli o paragrafi di un e-book di riferimento, scelto dal docente tra quelli liberamente consultabili in piattaforma da studentesse e studenti; un questionario a risposta multipla per l'autoverifica dell'apprendimento.

AGENDA

/**/

Nella sezione Informazioni Appelli, nella home del corso, per ogni anno accademico vengono fornite le date degli appelli d'esame. Le attività di didattica interattiva sincrona sono calendarizzate in piattaforma nella sezione Class. Le attività di ricevimento di studenti e studentesse sono calendarizzate nella sezione Ricevimento Online.

ELENCO VIDEOLEZIONI

1. Introduzione al sistema della pubblica amministrazione in Italia 2. Le amministrazioni pubbliche nel SEC 2010 3. Il concetto di azienda pubblica 4. Le amministrazioni pubbliche territoriali 5. Le amministrazioni pubbliche territoriali e la riforma del 2001 6. Le forme di collaborazioni istituzionale tra comuni 7. I PARTECIPANTI ALLA VITA DI IMPRESA 8. LA TEORIA DEGLI STAKEHOLDER 9. LE GESTIONE DEGLI STAKEHOLDER E L'ECONOMIA DI RELAZIONE 10. CLASSIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER 11. STRATEGIE DI STAKEHOLDER MANAGEMENT 12. MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER: IL CASO ENEL 13. L'impresa e il suo ruolo economico e sociale 14. L'impresa come sistema 15. Il rapporto tra impresa e ambiente 16. I partecipanti alla vita dell'impresa: l'imprenditore e gli stakeholder 17. Definizione di mercato: monopolio, oligopolio e concorrenza monopolistica 18. L'industria 4.0 - L'impatto sui processi industriali 19. I processi di base dei Public Affairs 20. Gli strumenti di analisi: disegnare la mappa delle relazioni 21. Gli strumenti di analisi: determinare il potenziale sviluppo relazionale 22. Gli strumenti operativi: valorizzare gli investimenti 23. Gli strumenti operativi: avviare e sviluppare efficacemente un rapporto 24. CASO STUDIO: IL BILANCIO DI SOSTENIBILITA DEL GRUPPO ACEA 25. Gli strumenti digitali: utilizzare i social network per il lobbying 26. Gli strumenti digitali: pianificazione sinergica degli interventi 27. Gli strumenti strategici: definire la strategia relazionale 28. Gli strumenti strategici: sviluppare la strategia digitale 29. Gli strumenti organizzativi: come progettare una funzione per il lobbying 30. CASO STUDIO: UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK NEL GRUPPO ACEA

ATTIVITA' DIDATTICA INTERATTIVA (TEL-DI)

/**/

Le attività di Didattica Interattiva (TEL-DI) consistono, per ciascun CFU, in 2 ore erogate in modalità sincrona su piattaforma Class, svolte dal docente anche con il supporto del tutor disciplinare, e dedicate a una o più tra le seguenti tipologie di attività:

- sessioni live, in cui il docente guida attività applicative, stimolando la riflessione critica e il confronto diretto con gli studenti tramite domande in tempo reale e discussioni collaborative;
- webinar interattivi, arricchiti da sondaggi e domande dal vivo, per favorire il coinvolgimento attivo e la co-costruzione della conoscenza;
- lavori di gruppo e discussioni in tempo reale, organizzati attraverso strumenti collaborativi come le breakout rooms, per sviluppare strategie di problem solving e il lavoro in team;
- laboratori virtuali collettivi, in cui il docente guida esperimenti, attività pratiche o l'analisi di casi di studio, rendendo l'apprendimento un'esperienza concreta e partecipativa.

Tali attività potranno essere eventualmente supportate da strumenti asincroni di interazione come per esempio:

- forum;
- wiki;
- quiz;

- glossario.

Si prevede l'organizzazione di almeno due edizioni di didattica interattiva sincrona nel corso dell'anno accademico.

Si precisa che il ricevimento degli studenti, anche per le tesi di laurea, non rientra nel computo della didattica interattiva.

TESTI CONSIGLIATI

/**/

Pur precisando che, ai fini della preparazione dei candidati e della valutazione sommativa in sede d'esame, sarà sufficiente il materiale didattico fornito dal docente, per ulteriori approfondimenti rispetto ai temi trattati durante il corso, si consiglia di consultare, per ciascun modulo, i seguenti manuali di riferimento:

Di Giacomo, G. (2022). Relazioni Istituzionali & Lobbying: Strumenti di management per Public Affairs. FrancoAngeli.

Mussari, R. (2020). Economia delle amministrazioni pubbliche, McGraw-Hill, Milano

Scarcella Prandstraller, S. & Cillo, V. (2022). Manuale di Responsabilità Sociale d'Impresa, McGraw-Hill, Milano

MODALITA' DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

/**/

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. L'esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti dell'insegnamento. L'esame in forma scritta consiste nello svolgimento di un test composto da 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una delle 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta e, in caso di risposte errate o mancanti, non sarà attribuita alcuna penalità. Rispondendo correttamente a tutte le 31 domande, si consegnerà la lode.

Oltre alla prova d'esame finale, il percorso prevede attività di didattica interattiva sincrona e prove intermedie che consentono alle studentesse e agli studenti di monitorare il proprio apprendimento, attraverso momenti di verifica progressiva e consolidamento delle conoscenze. La partecipazione alle attività di didattica interattiva sincrona consente di maturare una premialità fino a 2 punti sul voto finale, attribuiti in funzione della qualità della partecipazione alle attività e dell'esito delle prove.

Per accedere alle prove intermedie è necessario aver seguito almeno il 50% di ogni ora di didattica interattiva.

Le prove intermedie possono consistere in un test di fine lezione o nella predisposizione di un elaborato. Le prove intermedie si considerano superate avendo risposto correttamente ad almeno l'80% delle domande di fine lezione. In caso di prove intermedie che prevedano la redazione di un elaborato, il superamento delle stesse ai fini della premialità sarà giudicata dal docente titolare dell'insegnamento. I punti di premialità, previsti per le prove intermedie, sono sommati al voto finale d'esame solo se la prova d'esame è superata con un punteggio pari ad almeno 18/30 e possono contribuire al conseguimento della lode.

Le modalità d'esame descritte sono progettate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di applicazione delle stesse e consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dalla studentessa e dallo studente. Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate anche attraverso le interazioni dirette che avranno luogo durante la fruizione dell'insegnamento.

OBBLIGO DI FREQUENZA

/**/

A studentesse e studenti viene richiesto di partecipare ad almeno il 70% dell'attività di didattica erogativa (70% della TEL-DE).

RECAPITI

valentina.cillo@unipegaso.it

lucia.pizzichini@unipegaso.it