



Istituto "Progetto Uomo"

Unito con decreto di Sponsorizzazione
alla Facoltà di Scienze dell'Educazione
Università Pontificia Salesiana



DIPLOMA di MASTER di I° Livello in COMUNICAZIONE CREATIVA ed ETICA per il SOCIALE ad indirizzo progettuale ed interdisciplinare

Promosso da: FICT / Federazione Italiana Comunità Terapeutiche

Con il Patrocinio di: RAI / Segretariato Sociale

Ideato e coordinato da: artway of thinking associazione

In collaborazione con: Cittadellarte Fondazione Pistoletto, Love Difference

Realizzato da: IPU / Istituto Progetto Uomo

Anno Accademico 2006/07

scadenza iscrizioni: 01 dicembre 2006

inizio Master: 05 febbraio 2007

BANDO D'ISCRIZIONE

PREMESSA DEL MASTER

Il Terzo Settore, il Sociale e il bisogno di comunicare.

L'ambito del Terzo Settore, quello del lavoro rivolto alla persona, alle fasce deboli e marginali, porta con sé passioni, etica e valori non sempre facilmente trasferibili nella società.

Da qui la necessità di veicolare una filosofia d'intervento, un approccio teorico, una metodologia e strumenti efficaci nel produrre strategie e prodotti comunicazionali di interesse sociale.

La rete FICT come realtà operante, in collaborazione con l'IPU, istituto formativo in ambito sociale, ha fatto propria tale consapevolezza e, ponendosi come **caso studio**, promuove un Master di Primo Livello sulla comunicazione nel Terzo Settore ad indirizzo progettuale e interdisciplinare, con didattica **Learning by Doing** coordinata da artway of thinking associazione che da anni ricerca e sperimenta processi creativi collettivi in ambito sociale.

OBIETTIVI DEL MASTER

- **formare competenze specifiche**, nell'utilizzare al meglio strumenti e canali di comunicazione, nonché sviluppare strategie di comunicazione per il Terzo Settore o per quegli ambiti che forniscono servizi alla persona;
- **realizzare azioni di comunicazione a valenza sociale** (eventi pubblici, spot, campagne immagine e d'informazione, incontri), coinvolgendo i corsisti nell'applicare le migliori pratiche, declinate in modo concreto al caso studio;
- **sviluppare la capacità di lavorare in gruppo in ottica interdisciplinare**, superando l'ottica delle singole discipline nell'affrontare la complessità della società civile contemporanea. Tale competenza si aggiunge al profilo professionale in uscita;
- **migliorare le proprie doti creative** al fine di utilizzare al meglio le proprie risorse ed affrontare con più flessibilità ed ingegno le sfide della comunicazione.

Con questi obiettivi il Master intende **sperimentare e trasferire metodologia** e strumenti efficaci nel produrre strategie e prodotti di comunicazione con contenuti che riguardano l'individuo, la collettività e le sue condizioni di vita.

Il Master offre ai partecipanti un'opportunità di crescita culturale e di formazione tecnico-specialistica.

L'obiettivo è la creazione o la maggiore **qualificazione di figure professionali con competenze specifiche nell'ambito della comunicazione applicata al Terzo Settore.**

Il percorso formativo approfondisce principalmente tematiche, questioni e metodologie fondamentali del mondo della comunicazione contemporanea, con un preciso sguardo rivolto al settore sociale. Ciascun argomento è quindi applicato alla realtà del Terzo Settore, con simulazioni guidate, analisi, documentazioni e presentazione di materiali multimediali, confronti in aula ed elaborazione di progetti di comunicazione.

Metodologie, strumenti e conoscenze sulla "comunicazione" e sulla "relazione" sono trasferite ai corsisti attraverso la **metodologia "Learning by Doing" (imparare facendo), così ogni informazione teorica ricevuta dallo studente troverà la sua parte pratica e sperimentale applicata concretamente agli ambiti progettuali del caso studio (rete FICT).**

I docenti e lo staff di assistenti e tutors affiancheranno i corsisti durante tutto il percorso, sia in aula sia durante la realizzazione delle azioni, in laboratorio (simulazioni) e nel contesto pubblico.

DESTINATARI

Al Master sono ammessi coloro che sono in possesso di titolo di Laurea (civile o ecclesiale) di durata triennale (laurea base) o Diploma Universitario o titoli equipollenti o diploma professionale, che abbiano maturato o stiano maturando esperienze nel mondo della comunicazione e dell'impresa sociale.

In particolare:

- Amministratori e operatori del Terzo Settore;
- Professionisti nell'ambito della comunicazione d'impresa;
- Pubblicitari e creativi in genere;
- Giornalisti e pubblicisti;
- Tecnici di differenti media.

I laureati potranno conseguire il Diploma di Master Universitario di I° livello.

Coloro che non sono in possesso del titolo richiesto, ma possiedono una comprovata esperienza di lavoro e/o attività formative e di perfezionamento, purché coerenti con le caratteristiche del Master, possono essere ammessi a partecipare al Master; a questi ultimi verrà rilasciato un attestato finale di partecipazione, che potrà servire per il riconoscimento di crediti universitari.

STRUTTURA DEL MASTER E CONTENUTI

Il Master è strutturato in un percorso di progettazione interdisciplinare sul caso studio (rete FICT) e organizzato secondo le 3 macrofasi di ricerca scientifica:

- analisi (**osservazioni sugli ambiti/acquisizione di informazioni**)
- concept generation (**argomentazioni/ elaborazione collettiva**)
- restituzione (**azioni di comunicazione**).

Il percorso didattico introduce nozioni e buone pratiche della comunicazione fino ad arrivare ad una progettazione concreta, prendendo in considerazione quattro ambiti operativi della rete FICT:

- Nuove Povertà Metropolitane;
- Dipendenza e AIDS;
- Diritto d'Asilo e Integrazione Sociale;
- Incubatori d'Impresa Sociale;

su questi ambiti si svilupperanno **4 progetti** di comunicazione strategica (con budget, tempistica e target)

- **Realizzazione di una redazione di notizie**
- **Realizzazione di una campagna immagine**
- **Realizzazione di un prodotto multimediale**
- **Realizzazione di una azione performativa**

Il percorso formativo è suddiviso in **8 moduli** (50 ore ciascuno):

1 modulo propedeutico alla comprensione di concetti, valori, prassi e strumenti fondamentali del "comunicare" e del "lavoro di gruppo";

1 modulo diretto alla conoscenza delle realtà sociali e dei servizi offerti dal Terzo Settore;

1 modulo diretto a conoscere valori ed etica della comunicazione e a individuare gli obiettivi progettuali da raggiungere;

1 modulo diretto alle argomentazioni fondamentali per una "comunicazione etica per il Sociale" e a definire le strategie e le buone pratiche di comunicazione da realizzarsi;

4 moduli di formazione pratica, nei quali i corsisti, coadiuvati da docenti e tutors, realizzano e sperimentano i rispettivi progetti di comunicazione strategica.

L'obiettivo è di creare all'interno del master un piano di lavoro che offre agli studenti differenti esperienze progettuali.

PROGRAMMA MASTER

1° modulo _ I SOGGETTI

OBIETTIVO: (*comunicare è un gesto naturale*)

affrontare la comunicazione dal punto di vista personale, con consapevolezza delle proprie capacità e dei molteplici modi di comunicare. Svelare le dinamiche relazionali di governo di un gruppo di lavoro.

- PRESENTAZIONE DEI SOGGETTI (partecipanti, docenti, facilitatori, rete FICT).
- I SOGGETTI: il sé, il gruppo, la rete. Concetto di "utenti", "l'altro" e "target", "valori" ed "etica".
- COMUNICARE SE STESSI.
- LA COMUNICAZIONE IN NATURA.
- I LINGUAGGI: filtri culturali: informazione e manipolazione. Linguaggio verbale e paraverbale.
- I RUOLI NEL GRUPPO: talenti e competenze, dinamiche relazionali.
- IL BUON GOVERNO DI UN GRUPPO: accordi, networking, interdisciplinarietà e collaborazione.

2° modulo_ OSSERVAZIONE

OBIETTIVO: affrontare i temi sociali offerti dai percorsi progettuali. Osservare da diversi punti di vista.

- BASI SCIENTIFICHE DEL FUNZIONAMENTO DELL'OSSERVAZIONE. La lettura fisica e percettiva del contesto.
- STRUMENTI di osservazione e ascolto.
- ANALISI DEI QUATTRO AMBITI DI INDAGINE: nuove povertà; immigrazione e richiedenti asilo; dipendenza e AIDS; impresa sociale.
- ANALISI DEL TERZO SETTORE E DELLA RETE FICT; STUDIO DELLE LORO ATTIVITA'.
- IL CONTESTO dell'impresa sociale e delle attività di welfare del Terzo Settore.
- LA PROGETTAZIONE CREATIVA RIVOLTA AL SOCIALE: interdisciplinarietà, sostenibilità, innovazione, responsabilità.
- ESEMPI DI COMUNICAZIONE DI CARATTERE SOCIALE.
- GESTIONE DEI DATI RACCOLTI DALL'OSSERVAZIONE: catalogazione, analisi, comparazione.

3° modulo_ DIREZIONI PROGETTUALI

OBIETTIVO: Porre attenzione su valori ed etica del comunicare. Condivisione della direzione progettuale e progettazione in ottica interdisciplinare.

- ESTETICA ED ETICA.
- SEMIOTICA DEL LINGUAGGIO.
- I CONTENUTI NELLA COMUNICAZIONE.
- METODOLOGIA PROGETTUALE. Descrizione delle fasi principali.
- DEFINIZIONE DELLE DIREZIONI PROGETTUALI.
- ELABORAZIONE DEI QUATTRO CONCEPT di comunicazione relativi ai quattro interventi.
- DEFINIZIONE DELLE DIREZIONI PROGETTUALI.

4° modulo_ RELAZIONE

OBIETTIVO: Scegliere forme, strumenti e canali di comunicazione. Definire concept, immagine coordinata, prodotti di comunicazione e buone pratiche di affiliazione.

- IMMAGINE COORDINATA: funzione e utilizzo
- ANALISI DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA :news letter, intranet, teleconferenza, brochure, evento, presentazione, gadget, blog, sito web, giornale, house organ, spot, comunicato stampa, manifesto, depliant, ecc.
- CANALI DI DIFFUSIONE: tv, stampa, cinema, radio, internet, affissioni ed altro.
- LA COMUNICAZIONE MASS MEDIATICA.

- IDENTIFICAZIONE DEGLI STRUMENTI per la realizzazione dei progetti di comunicazione inerenti al caso studio.
- IDENTIFICAZIONE DEI CANALI E DELLE MODALITA' DI DIFFUSIONE in relazione ai progetti specifici.
- LA FORMULAZIONE DELLA "PROPOSTA" IN VISTA DI SCAMBI E COLLABORAZIONI: sponsorizzazioni, fund raising, affiliazione, partecipazione, coinvolgimento, incontri pubblici.

5° modulo_ REALIZZAZIONE DI UNA REDAZIONE

OBIETTIVO: Sperimentare l'attività di redazione.

- GESTIRE LE INFORMAZIONI IN UN ORGANISMO NON PROFIT. La redazione, la normativa.
- GESTIONE CONTENUTI SU INTERNET. Esercitazioni
- GESTIONE CONTENUTI SU CARTA STAMPATA. Esercitazioni.
- GESTIONE CONTENUTI SU TV E RADIO. Esercitazioni
- GESTIONE CONTENUTI PER UFFICIO STAMPA. Esercitazioni.
- GESTIONE CONTENUTI PER SUPPORTI INFORMATICI.

6° modulo_ REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA IMMAGINE

OBIETTIVO: Sperimentare nel gruppo le attività per realizzare una campagna immagine.

- NOZIONI TECNICHE PER LA PRODUZIONE
- SCELTA E IDEAZIONE. Thought storm: elaborazione creativa dell'intervento e definizione del messaggio.
- PIANIFICAZIONE. REALIZZAZIONE. PIANO DI DIVULGAZIONE.

7° modulo_ REALIZZAZIONE DI UN PRODOTTO MULTIMEDIALE

OBIETTIVO: Sperimentare nel gruppo le attività per realizzare un prodotto multimediale.

Procedura simile al modulo 6

8° modulo_ REALIZZAZIONE DI UNA AZIONE PERFORMATIVA

OBIETTIVO: Sperimentare nel gruppo le attività per realizzare una azione performativa.

Procedura simile al modulo 6

ARTICOLAZIONE DEL MASTER E CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI

Il Master, si svilupperà nell'A. A. 2006/07; le lezioni si svolgeranno in moduli mensili di orario pieno, per un totale di 1500 ore (60 crediti) di attività formativa suddivisa in corsi teorici (didattica frontale) e attività seminariale, laboratori ed esercitazioni individuali, tirocini, studio individuale, sviluppo dell'elaborazione finale per il conseguimento del titolo.

Il monte ore complessivo verrà suddiviso in :

- 400 ore in presenza (aula – laboratori);
- 400 ore di studio assistito e FAD;
- 350 ore di supervisione e project-work;
- 350 ore per l'elaborato finale.

La frequenza alle lezioni è obbligatoria e per il conseguimento dei titoli o degli attestati si richiederà non meno di 2/3 di presenza.

L'attività formativa prevede l'acquisizione di complessivi 60 crediti, ripartiti nelle diverse aree contenutistiche. Si valuterà la possibilità di riconoscimento di crediti acquisiti, in base al curriculum vitae et studiorum, con conseguente riduzione del carico formativo a coloro che hanno già partecipato a corsi di perfezionamento, svolti da università o enti di ricerca e di cui si offrirà idonea attestazione. Il riconoscimento non andrà oltre i 20 crediti e consentirà una detrazione di ore dall'obbligo di frequenza.

Data l'organizzazione didattica "full immersion", è prevista per i corsisti la residenza nel campus IPU.

CALENDARIO E ORARIO DEL MASTER (suscettibili di variazioni)

A. A. 2007	
1. MODULO	05/02-10/02
2. MODULO	19-24/03
3. MODULO	21-26/05
4. MODULO	18-23/06
5. MODULO	16-21/07
6. MODULO	24-29/09
7. MODULO	22-27/10
8. MODULO	05-10/11

ORARIO DI MASSIMA					
LUNEDI'	H	ALTRI GIORNI	H	SABATO	H
		9.00-9.50	I	9.00-9.50	I
10.00-10.50	I	9.50-10.40	II	9.50-10.40	II
10.50-11.40	II	10.40-11.30	III	10.40-11.30	III
11.40-12.30	III	11.30-11.40	<i>pausa</i>	11.30-11.40	<i>pausa</i>
12.30-13.20	IV	11.40-12.30	IV	11.40-12.30	IV
Pausa pranzo		12.30-13.20	V	12.30-13.20	V
14.30-15.20	V	Pausa pranzo			
15.20-16.10	VI	14.30-15.20	VI		
16.10-16.20	<i>pausa</i>	15.20-16.10	VII		
16.20-17.10	VII	16.10-16.20	<i>pausa</i>		
17.10-18.00	VIII	16.20-17.10	VIII		
18.00-18.50	IX	17.10-18.00	IX		

VALUTAZIONE [IN ITINERE E FINALE]

Un portfolio accompagnerà l'intera esperienza formativa. In esso si inseriranno verifiche di apprendimento periodiche attraverso l'applicazione di strumenti di simulazione e momenti di project work, relativamente ai contenuti. Le verifiche saranno effettuate al termine dei vari interventi sui contenuti del corso e periodicamente sull'esperienza progettuale.

Il monitoraggio dell'apprendimento è affidato a tutors, appositamente scelti per esperienza e competenza. L'esame finale consisterà nella discussione di un elaborato relativo ad una delle azioni di comunicazione strategica realizzate durante il Master, allo studio di caso o ad un intervento di formazione nell'ambito della professionalità di area, scelto dal candidato.

I criteri di Valutazione della Prova Finale riguarderanno:

1. verifica della capacità di applicazione delle conoscenze acquisite;
2. presentazione e discussione dell'elaborato.

DOCENTI E COLLABORAZIONI

La formazione teorica e pratica sarà condotta da docenti di varia professionalità, che operano a livello nazionale ed internazionale, quali professori universitari, studiosi, consulenti d'impresa e nella formazione professionale, artisti e ricercatori, tutti esperti nelle particolari aree di docenza. E' prevista la presenza di consulenti ed operatori del Terzo Settore per illustrare esperienze e casi studio inerenti alla specificità del Master.

Il Master si avvale inoltre del patrocinio della RAI - Segretariato Sociale, della collaborazione di Cittadellarte, Fondazione Pistoletto, Love Difference, e del coordinamento di artway of thinking associazione.

CONDIZIONI E MODALITÀ DI AMMISSIONE

Per l'ammissione al Master, i candidati dovranno:

inviare via fax (0761 321326) o posta prioritaria, alla Segreteria IPU (t.: 0761 322700), Dr.ssa Simona Ricci, e via e-mail ad Artway of thinking: info@artway.info, (designare oggetto: iscrizione Master), la domanda di iscrizione, allegata al presente Bando, corredata da:

1. curriculum vitae et studiorum, in formato europeo;

entro il **01 DICEMBRE 2006**.

Le ammissioni saranno comunicate ai candidati entro il **20 Dicembre 2006**; di conseguenza, i corsisti dovranno produrre l'ulteriore documentazione che verrà richiesta ed effettuare i versamenti nei modi e nei tempi stabiliti.

La valutazione sarà effettuata dal gruppo di coordinamento del Master, secondo criteri inappellabili. Costituiscono valore in graduatoria:

- titolo di studio;
- documentata qualificazione professionale in ambiti congruenti con le aree formative del Master;
- esperienze di lavoro in materie congruenti con il Master per un minimo di tre anni;
- esperienze di lavoro in équipe;
- specializzazioni post-laurea o perfezionamenti;
- appartenenza alla rete FICT.

COSTO DEL MASTER

La quota di iscrizione, è fissata in 3.500,00 euro (più oneri fiscali se richiesti) da versarsi in due rate:

- I^ rata di 2.000,00 euro, entro il primo Modulo;
- II^ rata di 1.500,00 euro, entro il quinto Modulo.

Non è ammesso il recesso dall'iscrizione.

Il Master sarà attivato raggiungimento quota iscrizioni.

La FICT metterà a disposizione degli appartenenti ai Centri federati delle borse di studio.

L'iscrizione NON comprende le spese di residenzialità che dovranno essere saldate direttamente all'Ente gestore del Campus.

NB.: i corsisti ammessi che sono in possesso del Titolo universitario e intendono acquisire il Diploma del Master dovranno anche versare la tassa d'immatricolazione all'Università Pontificia Salesiana, rivolgendosi direttamente ed esclusivamente alla Dr.ssa Simona Ricci dell'IPU.

SEDE DEL MASTER

Salvo cambiamenti organizzativi, il Master si terrà presso il Campus IPU a Vitorchiano (VT).

INFORMAZIONI E AGGIORNAMENTI

www.progettouomo.net