

	<p>DESCRIZIONE DEL RUOLO La figura dell'addetto comunicazione è generalmente quella di uno stagista o di un professionista in ingresso che si occupa degli aspetti secondari e prepara in bozza presentazioni e materiali. Il responsabile pianifica strategicamente la comunicazione interna ed esterna (ufficio stampa) verificandone l'efficacia, curando le relazioni esterne. Complementare al marketing e in stretta connessione interna con il direttivo.</p> <p>OBIETTIVI DI RUOLO Per l'addetto si tratta di formarsi sul campo per raggiungere eventualmente la posizione di responsabile. Il responsabile deve garantire la sopravvivenza dell'ONP promuovendone la crescita interna e l'immagine esterna</p>
<p>SAPERI</p>	
<p>SAPERE Conoscenze generali legate al ruolo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ conoscenza approfondita della propria ONP ✓ conoscenza degli strumenti redazionali ✓ conoscenze di base in materia di organizzazione eventi
<p>SAPER ESSERE Competenze attitudinali e relazionali</p>	<p>L'addetto alla comunicazione dovrà maturare le stesse competenze del responsabile, imparando, cogliendo opportunità di crescita e facendo attenzione ai feedback.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ essere proattivi, partecipi e affidabili ✓ sapersi presentare ✓ umiltà, flessibilità, tenacia ✓ attenersi ad un codice di buon senso per evitare di fare comunicazione a discapito di soggetti deboli che siamo tenuti a rispettare e proteggere ✓ capacità di predisporre all'ascolto e alla ricezione dei feedback ✓ saper gestire i contatti con i vari interlocutori nella comunicazione interna, esterna, istituzionale: in particolare costruire rapporti saldi di fiducia e instaurare un rapporto trasparente con il direttivo
<p>SAPER FARE Competenze Tecniche</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizzative: saper pianificare, organizzare l'agenda, gli eventi, saper gestire una riunione, saper valutare i risultati ✓ Redazionali: saper scrivere per ogni occasione lettere, comunicati, relazioni, presentazioni, proposte ✓ tenersi continuamente aggiornati ed informati
<p>SAPER FAR FARE Competenze manageriali</p>	<p>Convincere tutti gli interlocutori dell'importanza della pianificazione strategica della comunicazione per ottenere la massima collaborazione</p>
<p>FORMAZIONE</p>	<p>Dai corsi di laurea come quello in Comunicazione politica e sociale (Università Statale di Milano) ai corsi post-laurea (Master Internazionale ASVI - Roma Comunicazione e il Campaigning in e-learning; Master universitario in Management della comunicazione sociale, politica e istituzionale (MA.S.P.I.)-Milano- IULM) e corsi intensivi (es. CERGAS Bocconi - Milano; Beatrice Lentati - Milano) A livello internazionale segnaliamo il DSC Directory of Social Change - www.dsc.org.uk</p>
<p>LAVORO</p>	<p>In qualsiasi organizzazione che pianifichi in modo strategico la comunicazione</p>