

Lisa Macchioni, Veronica Neri, Federico Nobili

Il Piano di Comunicazione

Che cosa è, come farlo, perché farlo



Edizioni ETS



www.edizioniets.com

© Copyright 2010

EDIZIONI ETS

Piazza Carrara, 16-19, I-56126 Pisa

info@edizioniets.com

www.edizioniets.com

Distribuzione

PDE, Via Tevere 54, I-50019 Sesto Fiorentino [Firenze]

ISBN 978-884672634-6

Indice

<i>Ringraziamenti</i>	9
<i>Nota metodologica</i>	11

Parte prima

Comunicazione pubblica e innovazione

1.1 Comunicazione pubblica e innovazione: introduzione	15
1.2. Che cosa è e a che cosa serve il Piano di Comunicazione?	19
1.3. Le tipologie del Piano di Comunicazione	22
1.4. Qual è la struttura del Piano di Comunicazione	24

Parte seconda

Lo scenario di riferimento

3.1. Che cosa è?	29
3.2. A che cosa serve?	29
Parole chiave	64

Parte terza

La definizione degli obiettivi

4.1. Che cosa è?	67
4.2. A che cosa serve?	67
Parole chiave	80

Parte quarta

L'individuazione dei pubblici di riferimento

5.1. Che cosa è?	83
5.2. A che cosa serve?	83
Parole chiave	90

Parte quinta

La scelta delle strategie

6.1. Che cosa è?	93
6.2. A che cosa serve?	93
Parole chiave	97

Parte sesta

La scelta dei contenuti

7.1. Che cosa è?	101
7.2. A che cosa serve?	101
Parole chiave	104

Parte settima

La scelta delle azioni e degli strumenti

8.1. Che cosa è?	107
8.2. A che cosa serve?	107
Parole chiave	116

Parte ottava

L'attività di valutazione e di verifica dei risultati

9.1. Che cosa è?	119
9.2. A che cosa serve?	119

<i>Indice</i>	169
Parole chiave	129
<i>Appendici</i>	
Appendice I - Il manuale d'uso degli strumenti di comunicazione	133
Appendice II - Schede riassuntive relative al Piano di Comunicazione URBAT 2009	147
<i>Glossario</i>	151
<i>Bibliografia e Sitografia</i>	161