

# SOMMARIO

- 3 **Introduzione**
- Premessa metodologica
    - L'evoluzione dei riferimenti normativi
- 7 **Sezione I - L'organizzazione, la comunicazione all'interno dell'organizzazione e la comunicazione organizzativa**
- 2.1 Definizioni
- 2.1.1 L'organizzazione
  - 2.1.2 La comunicazione all'interno dell'organizzazione
  - 2.1.3 La comunicazione organizzativa
- 2.2 Obiettivi generali
- 2.3 Introduzione agli strumenti della comunicazione interna e organizzativa
- 2.4 I pubblici di riferimento
- 2.5 Il modello organizzativo: dal modello gerarchico al modello a "rete"
- 17 **Sezione II - Le culture organizzative**
- 3.1 Definizioni, modelli ed esperienze
  - 3.2 L'organizzazione: la mission, la vision e i valori
  - 3.3 Le variabili organizzative
  - 3.4 Un paradigma cruciale: resistenza e propensione al cambiamento
  - 3.5 Esperienze di cultura organizzativa aziendale (tabella)
- 31 **Sezione III - Aspetti relazionali della comunicazione interna: il ruolo delle indagini conoscitive**
- 4.1 Il concetto di clima organizzativo
  - 4.2 Il benessere delle organizzazioni
  - 4.3 Le indagini conoscitive all'interno delle organizzazioni: le ricerche qualitative
    - 4.3.1 L'intervista semi-strutturata
    - 4.3.2 Il focus group
    - 4.3.3 Il nodo dei *target*: le indagini quantitative
  - 4.4 Conclusioni
- 41 **Sezione VI - I soggetti, gli strumenti e la pianificazione della Comunicazione interna**
- 5.1 La struttura di coordinamento interno della comunicazione istituzionale
  - 5.2 Gli strumenti per il miglioramento del flusso interno della comunicazione
  - 5.3 La leva della trasparenza
  - 5.4 Il Piano di Comunicazione Interna
- 59 **Sezione V - Il ruolo della tecnologia**
- 6.1 Intranet
  - 6.2 Blog
  - 6.3 Wiki
  - 6.4 Piattaforme di Content sharing
- Conclusioni**