



SCHEDA LABORATORIO

A.A. 2025/2026

Titolo	Laboratorio in Diplomazia pubblica e culturale
Docente responsabile	Dott. Lucio IZZO
Ulteriori docenti partecipanti	
Corsi di laurea destinatari <u>(barrare i CdS destinatari del laboratorio)</u>	Lauree magistrali DSUS: X Relazioni Internazionali (3 cfu) X Lingue e comunicazione interculturale in Area Euromediterranea (3 cfu) X Relazioni e Istituzioni dell'Asia e dell'Africa (2 cfu)
Numero Ore	18 (12+6)
Numero CFU	3 (2+1)
Semestre	Secondo Semestre
Data presunta Inizio attività	23 febbraio 2026
Prenotazione richiesta (si/no)	SI
Indirizzo mail prenotazioni	lucio.izzo@unior.it
Programma attività	Obiettivi formativi Il laboratorio introduce la teoria e la prassi della diplomazia pubblica e culturale, analizzando gli attori e le dinamiche in atto nel panorama internazionale. Viene quindi presentata la struttura e l'azione delle agenzie italiane attive nella promozione del Sistema Italia. Al termine del laboratorio, lo studente: a) avrà acquisito una conoscenza dei principali attori e modelli di diplomazia pubblica e culturale; b) sarà in grado di identificare ed esaminare, con un approccio interdisciplinare, strategie ed azioni di diplomazia pubblica realizzate da soggetti statali e non statali; c) potrà valutare l'impatto dei rapidi cambiamenti strutturali, sociali e tecnologici sulle strategie di soft power e gli effetti individuali e sociali dell'esposizione mediale; d) avrà un'eshaustiva conoscenza della struttura e delle politiche della diplomazia pubblica e culturale italiana, del quadro normativo che la regola e sarà in grado di interagire con i differenti soggetti che la



compongono.

Programma

- 1) Introduzione ai principali modelli e tradizioni della diplomazia pubblica e culturale, prospettiva storica e studio della prassi attuale nell'ambito delle relazioni internazionali, delle scienze della comunicazione e dell'economia.
- 2) Introduzione alla comunicazione strategica attraverso i concetti di relazioni pubbliche, propaganda, branding, advertising, advocacy ed altre forme di comunicazione finalizzate al consenso dell'opinione pubblica.
- 3) Esame delle finalità e delle tecniche utilizzate nel nation branding.
- 4) Impatto dei cambiamenti strutturali, sociali e tecnologici sulle strategie di soft power e gli effetti individuali e sociali dell'esposizione mediale.
- 5) Presentazione della struttura e degli attori del sistema italiano, pubblico e privato, di diplomazia pubblica e culturale.
- 6) Quadro giuridico di riferimento della diplomazia pubblica e culturale in ambito internazionale.
- 7) Attività di diplomazia pubblica e culturale delle OO.II.
- 8) Dinamiche comunicative e interazione, nell'ambito della DPC, tra entità statali e sovranazionali e soggetti privati nazionali/multinazionali, alla luce della costante innovazione tecnologica, con particolare riferimento ai social media.
- 9) Interculturalità e diplomazia pubblica e culturale.

L'insegnamento si articola in lezioni frontali in lingua italiana della durata di 2 ore, con presentazioni a schermo, integrate da esercitazioni pratiche e lavoro di gruppo. con discussione di *case studies* specifici.

La verifica dell'apprendimento avverrà mediante esercitazione orale/scritta, per accertare l'acquisizione delle conoscenze e delle abilità. La prova sarà valida se gli studenti avranno frequentato almeno l'80% delle lezioni.