



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

CONCORSO PUBBLICO, PER ESAMI, PER IL RECLUTAMENTO DI N. 1 UNITÀ DI PERSONALE AFFERENTE ALL'AREA DEI FUNZIONARI - SETTORE TECNICO-INFORMATICO, CON RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO A TEMPO INDETERMINATO PRESSO L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO - DIREZIONE ICT - CODICE 22495

La Commissione giudicatrice della selezione, nominata con Determina Direttoriale n. 17147/2024 del 21/10/2024, composta da:

Dott.ssa Laura Colombo	Presidente
Dott. Simone Barni	Componente
Dott.ssa Elena Botta	Componente
Dott. Tommaso Brambilla	Segretario

comunica i quesiti relativi alla prova orale:

GRUPPO DI QUESITI N. 1

1. Il contesto dell'Università degli Studi di Milano è molto complesso e diversificato: si compone di unità organizzative anche molto differenziate tra loro (31 Dipartimenti, Direzioni centrali, Centri di Servizio) e ha attori interni e pubblici di riferimento molto eterogenei.
Questa complessità si riflette anche nell'ecosistema web di Ateneo; qual è il ruolo che un Design System può svolgere in questo contesto? Descrivi anche un ipotetico percorso di creazione di un Design System di ateneo sottolineando in particolare le criticità di processo e di output possibili.
2. Il card sorting è una metodologia di lavoro ampiamente utilizzata nella ricerca UX. Immaginando il suo utilizzo all'interno di un progetto di riorganizzazione dell'architettura di un sito di Dipartimento, quali sono le maggiori criticità e rischi che vedi nell'utilizzare questa metodologia? Quali azioni possono essere intraprese per mitigarli?

Brano in inglese: Summary: Labels in a card sorting study must be neutral to prevent keyword matching and encourage careful, conceptual groupings from users.

Card sorting is a specialty UX research method used to understand users' mental models of the information architecture (IA) within your digital product. Users organize individually labelled notecards into groups according to criteria that make sense to them.

The phrasing on each card label can significantly influence how users group cards. Card labels should be neutral to prevent participant bias and encourage users to consider each card carefully.

GRUPPO DI QUESITI N. 2

1. Gli A/B test sono strumenti utili per prendere decisioni basate sui dati. In ognuno dei 130 siti dei Corsi Laurea dell'Ateneo è presente una pagina informativa rispetto alle modalità di iscrizione al Corso di Laurea di riferimento: la pagina contiene del testo descrittivo del CdL, il bando di ammissione (pdf), i collegamenti al servizio di supporto online per i futuri studenti e al servizio di iscrizione al CdL per procedere con la richiesta di ammissione. Come pianifichereesti e realizzeresti un A/B test per migliorare l'efficacia di questa pagina dei siti CdL? Analizza le fasi di lavoro necessarie, i vantaggi e le difficoltà intrinseche a questo approccio.
2. Lavorare per creare ambienti web gradevoli oltre che funzionali è uno degli obiettivi del Settore Web del nostro Ateneo. In un contesto come l'Università degli Studi di Milano quali possono essere le maggiori criticità in questa direzione? Quali elementi possono rendere complessa la definizione di uno stile grafico piacevole?



Brano in inglese: Aesthetically pleasing interfaces are worth the investment. Visual designs that appeal to your users have the side effect of making your site appear orderly, well-designed, and professional. Users are more likely to try a visually appealing site, and they're more patient with minor issues.

However, this effect is at its strongest when the aesthetics support and enhance the content and functionality. Additionally, this effect often influences user comments during research. As always, pay attention not only to what users say, but also to what they do.

GRUPPO DI QUESITI N. 3

1. Raccogliere dati di accesso ai siti è uno strumento fondamentale per comprendere il comportamento degli utenti online, con l'obiettivo di fornire alle persone siti e servizi via via più efficaci e inclusivi. In un contesto come l'Università degli studi di Milano, quali strumenti credi siano utilizzabili e con quali obiettivi, condizioni e limiti con il fine di avere dati statistici utili per il monitoraggio dell'esperienza utente e futuri progetti di miglioramento dei siti stessi?
2. Card sorting e tree testing sono tecniche utilizzate per definire l'architettura dell'informazione di un sito. In un ipotetico progetto di redesign del sito web istituzionale di Ateneo, in quali fasi utilizzeresti ciascuna tecnica e perché? Quali sono le maggiori criticità e rischi che vedi nell'utilizzare queste metodologie? Quali azioni posso essere intraprese per mitigare i rischi evidenziati?

Brano in inglese: Summary: Card sort studies help shape information architectures; tree-testing studies evaluate them. Card sorting and tree testing are specialty UX-research methods used to design and evaluate information architecture (IA). Many newcomers to IA often confuse these two methods due to their similar goals of enhancing the site's navigation and content structure.

Card sorting is used to determine how people categorize content, while tree testing evaluates an established navigation structure or can help compare alternative structures.

GRUPPO DI QUESITI N. 4

1. Raggiunto il go-live di un nuovo sito, il lavoro di UX design si concentra sulla valutazione del prodotto realizzato. Quali sono possibili strumenti e metodologie applicabili a questo scopo? Fai un esempio di strategia con riferimento alle azioni da intraprendere nei primi 6 mesi dopo la pubblicazione di un nuovo sito del Sistema Bibliotecario di Ateneo.
2. Questo brano evidenzia che la creazione e l'adozione di un research repository efficace dipendono da caratteristiche chiave come accessibilità, navigazione intuitiva, flessibilità nelle autorizzazioni e possibilità di ricerche efficaci. Come progetteresti un research repository per un contesto accademico, ad esempio per un consorzio di università che intendono condividere materiali ed esperienze? Fai un esempio pratico di come il nostro ufficio UX potrebbe utilizzarlo per migliorare l'usabilità dei portali e dei servizi online dei Dipartimenti.

Brano in inglese: Getting people to contribute and use a research repository can be challenging. Regardless of the tool and type of repository you pursue, here are five attributes that make research repositories easy to use and adopt:

- easy to access: the tool you use for your repository should be easy to access, use, and learn by teams and stakeholders. A new tool that is unfamiliar or that is hard to learn could stop people from accessing or contributing to your repository
- flexible Permissions: the right people should have access to the right data.
- intuitive Navigation or Tags: people should be able to easily find and discover research. If it is too difficult for stakeholders and teams to locate research, they will give up.
- searchable: repository users should be able to search by specific keywords (such as user groups, products, or features) to quickly find research insight. A strong and reliable search feature is often essential
- exportable, shareable, and integrated: sharing or exporting insight from the repository is important if research is to be disseminated widely.

GRUPPO DI QUESITI N. 5



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

1. L'analisi euristica è una metodologia per valutare un'interfaccia utente e, in particolare, le criticità nell'usabilità dei siti web. Formalizzata per la prima volta negli anni '90 è ancora ampiamente in uso. Descrivi questa metodologia, le sue caratteristiche fondamentali, gli ambiti di utilizzo e i suoi limiti.
2. La prototipazione è una metodologia ampiamente utilizzata soprattutto in progetti di realizzazione di servizi web complessi. Esistono molte tipologie di prototipi: descrivi quali ritieni più utili nelle diverse fasi di progetto e gli strumenti che consigli per la loro realizzazione.

Brano in inglese: Choosing the right prototyping tool can be difficult among the many options available. There are 5 key factors to consider when selecting the best fit for your project or team: project type and goals, cost, tool capabilities, learnability and ease of use, and stakeholder buy-in.

GRUPPO DI QUESITI N. 6

1. "Design system .italia" è una libreria completa di elementi utili per creare un'interfaccia utente, messa a disposizione da Designers Italia per tutte le Pubbliche Amministrazioni; UI Kit Italia è disponibile come libreria per Figma e come tema Bootstrap. Quali possono essere i vantaggi nell'utilizzare questa piattaforma e quali i limiti per una realtà come l'Università degli Studi di Milano?
2. All'interno di un sistema ampio e complesso come quello di una università, avere una adeguata content strategy è fondamentale per assicurare una esperienza utente lineare e soddisfacente all'interno di tutti gli ambiti di azione. Quali strategie e strumenti posso essere utilizzati dal Settore Web dell'Ateneo per favorire la definizione e l'implementazione di una content strategy all'interno di una rete di autori diffusi come quella che gestisce i molteplici siti e pagine web dell'Ateneo?

Brano in inglese: A content strategy outlines how your team will use content to meet user needs and achieve organizational goals. Without it, information can become chaotic for users and employees alike. [...] Content strategy is often misunderstood and conflated with UX writing or social media management. The ambiguous words "content" and "strategy" add to the confusion. [...] Content strategy and UX writing aren't one-and-done activities in product development. Information needs to be deliberately maintained, monitored, and iteratively improved over time. As your team and organization grow, the number of people contributing content may also increase, requiring better strategy and management processes.

GRUPPO DI QUESITI N. 7

1. Il portale degli studenti Unimia, strumento che permette a ogni studente di visualizzare i dati sulla propria carriera e posizione amministrativa, è attualmente disponibile solo in versione web desktop. Se dovessi riprogettarlo seguendo un approccio mobile-first, quali sarebbero i principali vantaggi e le sfide di questa scelta? Analizza come affronteresti la transizione per garantire un'esperienza utente ottimale su dispositivi mobili, tenendo conto delle esigenze specifiche degli studenti e delle funzionalità chiave del portale. Infine, discuti i possibili svantaggi di un approccio mobile-first in questo contesto e come li mitigheresti.
2. Questo brano riporta le origini della metrica Net Promoter Score (NPS) e il suo ruolo nel misurare la lealtà dei clienti e la crescita aziendale. Come utilizzeresti l'NPS in un progetto UX per un portale universitario, ad esempio per misurare la soddisfazione degli studenti o del personale? Spiega vantaggi e limiti di questa metodologia e come la integreresti con altre tecniche di valutazione dell'esperienza utente.

Brano in inglese: Frederick F. Reichheld, a business strategist and author of the bestseller *The Loyalty Effect*, first introduced the concept of NPS in *Harvard Business Review* in 2003. In that article, he described a 4,000-respondent survey in which he asked several questions and tracked how well the answers correlated with a number of different measurements, including repeat purchases and recommendations to friends or family. He found that the question that best predicted customer behavior was the one associated with net promoter score. NPS also strongly correlated with company growth over time.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Reichheld argued that the net promoter score is relevant because customer recommendations and word-of-mouth referrals are a direct driver of revenue growth in many businesses. A good NPS indicates a loyal customer base – arguably, a company’s greatest marketing asset.

GRUPPO DI QUESITI N. 8

1. Si parla spesso di “Data driven web design” come metodologia di lavoro fondamentale per la costruzione di siti efficaci e che offrano una esperienza utente positiva. In che modo questo approccio può essere utilizzato nella ri-progettazione di un portale d’Ateneo, quali sono i suoi elementi di forza e quali le criticità, come si integra con altri approcci progettuali?
2. Questo brano evidenzia come l’UX sia centrata sulle persone più che sulla tecnologia, e che è importante adattare i prodotti alle esigenze e ai comportamenti umani, piuttosto che costringere le persone ad adeguarsi alla tecnologia. In che modo applicheresti questo principio nella progettazione di un’interfaccia per un sistema complesso, come una piattaforma per la gestione delle iscrizioni agli esami universitari? Illustra il tuo approccio, specificando come bilanceresti le esigenze tecnologiche con quelle degli utenti.

Brano in inglese: UX is human-centered more than technology-focused. In fact, one of our UX slogans is “UX is people,” meaning that UX methodologies center on understanding human needs and desires and adapting products and services (and technology) to that understanding, not the other way around. Though technology is a key consideration of user experience because it can both enable and constrain our ability to deliver useful, usable products, UX practitioners strive to align technology to how people think and behave, rather than forcing people to adopt a machine mindset in order to use something.

GRUPPO DI QUESITI N. 9

1. Le Segreterie studenti dell’Ateneo utilizzano da tempo nelle loro pagine sul portale Unimi una chatbot che risponde a quesiti negli ambiti ammissione, immatricolazione e tasse. In occasione di una evoluzione della tecnologia di Intelligenza Artificiale che sostiene il sistema, è richiesto di definire le caratteristiche dell’interazione tra AI e utente per migliorare l’esperienza di quest’ultimo e mitigare le criticità insite in questo tipo di comunicazione.
2. Il brano fa riferimento a un sito di e-commerce e descrive come gli utenti, inclusi quelli che utilizzano screen reader, interagiscono con le pagine di prodotto. Metti in luce l’importanza della struttura della pagina e del testo alternativo per le immagini nella prospettiva d’uso di un utente non vedente. Perché in questo contesto si parla degli elementi semantici come primo fattore per la realizzazione di pagine accessibili?

Brano in inglese: Consider the accessibility and usability of the entire page – not just of individual images. Eyetracking research shows that sighted users often pay significant attention to images, especially when they are related to their current task. However, for screen-reader users, image alt text does not play the same role. They begin by figuring out the structure of the page and working through it sequentially.

For example, here’s how a screen-reader user might approach a product page:

- Jump between the page headers to get a sense of the page structure.
- Explore the details of a specific section with the heading label Product Description.
- Encounter an image and wonder “What information that I might have missed elsewhere does this image communicate about the product?”

GRUPPO DI QUESITI N. 10

1. Quando si deve riprogettare un sito web già esistente, una strategia content-first è un dato di fatto. Allo stesso tempo è oggi necessario progettare siti che offrano un’esperienza mobile di qualità e si prevede quindi un design responsive, basato sul contenuto ottimizzato per le esigenze dei tuoi utenti. In una realtà grande come l’Università degli Studi di Milano, tuttavia, le divisioni del lavoro possono significare che la progettazione dei layout inizia prima che siano note le dimensioni degli elementi informativi effettivi, perché il testo non è ancora stato scritto o perché l’audit del contenuto avviene in parallelo.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Quali azioni si possono intraprendere per mitigare il rischio che quando contenitore e contenuto si uniscono i risultati siano indesiderati?

2. Questo brano descrive le fasi del percorso utente (journey phases) come elementi chiave per organizzare informazioni in una journey map. Nel progettare un portale di orientamento ai corsi universitari, come lavoreresti per identificare le journey phases fondamentali del percorso? Fai un esempio concreto di possibili fasi e relative azioni, pensieri ed emozioni degli utenti.

Brano in inglese: Journey phases are the different high-level stages in the journey. They provide organization for the rest of the information in the journey map (actions, thoughts, and emotions). The stages will vary from scenario to scenario; each organization will usually have data to help it determine what these phases are for a given scenario. Here are some examples:

- For an ecommerce scenario (like buying Bluetooth speakers), the stages can be discover, try, buy, use, seek support.
- For big (or luxury) purchases (like buying a car), the stages can be engagement, education, research, evaluation, justification.

For a business-to-business scenario (like rolling out an internal tool), the stages could be purchase, adoption, retention, expansion, advocacy.

Milano, 22 novembre 2024

La Commissione

Dott.ssa Laura Colombo Presidente

Dott. Simone Barni Componente

Dott.ssa Elena Botta Componente

Dott. Tommaso Brambilla Segretario