



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

CONCORSO PUBBLICO, PER TITOLI ED ESAMI, A N. 1 POSTO DA DIRIGENTE DI SECONDA FASCIA A TEMPO INDETERMINATO PRESSO L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO, CON PRIMO INCARICO PRESSO LA DIREZIONE COMUNICAZIONE ED EVENTI ISTITUZIONALI - CODICE 22406

I/Le Componenti della Commissione giudicatrice del concorso codice 22406, nominata con Determina Direttoriale n. 7909/2024

Prof.ssa Paola Catenaccio	<i>Presidente</i>
Dott. Stefano Blanco	<i>Componente</i>
Ing. Giuseppe Conti	<i>Componente</i>
Dott.ssa Maria Di Nardo	<i>Segretaria</i>

comunica le tracce relative alle prove scritte:

➤ **PRIMA PROVA SCRITTA**

TRACCIA n. 1

Impostazione di un piano strategico di comunicazione con particolare riferimento al potenziamento dell'orientamento in ingresso. Descrivere il piano proponendo eventuali soluzioni organizzative, anche per potenziare la comunicazione interna, e specifici strumenti, innovativi e originali, da utilizzare sia nell'implementazioni delle azioni programmate che nel loro monitoraggio

TRACCIA n. 2

Impostazione di un piano strategico di comunicazione con particolare riferimento al potenziamento della valorizzazione della ricerca, trasferimento tecnologico, rapporti con le imprese e impatto sulla società. Descrivere il piano proponendo eventuali soluzioni organizzative, anche per potenziare la comunicazione interna, e specifici strumenti, innovativi e originali, da utilizzare sia nell'implementazione delle azioni programmate che nel loro monitoraggio.

TRACCIA n. 3

Impostazione di un piano strategico di comunicazione con particolare riferimento al potenziamento dell'attrattività internazionale e creazione di partnership formative e istituzionali. Descrivere il piano proponendo eventuali soluzioni organizzative, anche per potenziare la comunicazione interna, e specifici strumenti, innovativi e originali, da utilizzare sia nell'implementazione delle azioni programmate che nel loro monitoraggio.

➤ **SECONDA PROVA SCRITTA A CONTENUTO TEORICO-PRATICO**

TRACCIA n. 1

Il/la candidato/a descriva gli strumenti e i canali di comunicazione più efficaci per raggiungere i principali stakeholder (studenti, aziende, media) anche con una logica di ingaggio e integrazione degli stessi. Il/la candidato/a proponga come valorizzare in tal senso la rete degli Alumni?



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

TRACCIA n. 2

Il/la candidato/a discuta l'importanza della comunicazione digitale e le nuove potenzialità offerte dall'intelligenza artificiale generativa nella modifica dei processi di comunicazione. Il/la candidato/a proponga quali tecniche e buone pratiche implementare per la gestione dei siti web e social media con l'obiettivo di una comunicazione sempre più personalizzata ma al tempo stesso coordinata.

TRACCIA n. 3

Il/la candidato/a descriva come un/una dirigente della comunicazione può contribuire alla definizione dell'identità e immagine dell'università, in un momento di cambiamento e transizione. Il/la candidato/a proponga soluzioni specifiche per migliorare la *brand identity* verso i principali stakeholder evidenziando e promuovendo i punti di forza dell'Università ed ulteriori soluzioni per potenziare la comunicazione interna e il senso di appartenenza.

Milano, 20 giugno 2024

La Commissione

Prof.ssa Paola Catenaccio	<i>Presidente</i>
Dott. Stefano Blanco	<i>Componente</i>
Ing. Giuseppe Conti	<i>Componente</i>
Dott.ssa Maria Di Nardo	<i>Segretaria</i>