

**Concorso pubblico per esami, con eventuale preselezione, per la copertura di n. 1 posti di personale categoria D - posizione economica 1, area tecnica, tecnico-scientifica ed elaborazione dati prioritariamente riservato ai volontari delle Forze armate ai sensi del D.lgs. n. 66 del 15 marzo 2010, articoli 678 e 1014, da assumere con rapporto di lavoro subordinato a tempo indeterminato, a tempo pieno, presso la struttura Relazioni Esterne dell'Università degli Studi di Udine (2023\_PTA\_TIND-D-TEC\_001)**

Ai sensi, per gli effetti e per gli adempimenti previsti dall'art. 19 del D.Lgs. 33/2013, n. 33, e successive modificazioni ed integrazioni (*"Riordino della disciplina riguardarne il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni"*) e successive modificazioni e integrazioni, la Commissione, nominata con Provvedimento Dirigenziale n. 413 del 2.10.2023, è così composta:

Presidente	Dott. MAIO Agostino	Cat. EP – Area amministrativa-gestionale – Relazioni Esterne – Università degli Studi di Udine
Componente	Dott.ssa ROTONDI Elena	Incaricata esterna di insegnamento – Dipartimento di scienze matematiche, informatiche e fisiche – Università degli Studi di Udine
Componente	Dott. BONOMI Stefano	Cat. D – Area amministrativa-gestionale – Direzione servizi operativi – Università degli Studi di Udine
Segretaria	Dott.ssa DELMONACO Cristina	Cat. C – Area amministrativa – Direzione centri e servizi Amm. CEGO – Università degli Studi di Udine

#### COMUNICA

di aver formulato le seguenti tracce per le prove scritte:

#### Prima prova scritta del giorno 24.10.2023

Prova n. 1:

1. L'Offerta formativa di un ateneo: nel citare quali sono i corsi di studio che rilasciano titoli aventi valore legale, il candidato si soffermi sulla struttura di un corso di laurea.
2. Elaborare e descrivere in maniera sintetica una proposta di campagna di informazione e comunicazione di ateneo incentrata su i *Servizi per studenti iscritti (Consulenza psicologica, studenti diversamente abili, attività sportiva)*.  
Il candidato potrà scegliere in autonomia:
  - la piattaforma social che si ritiene più adeguata
  - la forma comunicativaAndranno inoltre inseriti e descritti i seguenti requisiti:
  - Timeline (pianificazione)
  - Competenze e quantità di professionisti necessari al gruppo di lavoro per questo specifico progetto.
3. Elaborare una proposta di campagna di comunicazione da proporre su una piattaforma social a scelta il cui obiettivo sia promuovere e aumentare il numero di persone che si iscriveranno al *Master Erasmus Mundus di primo livello "Euroculture"*.  
Nel testo dovrà essere presente:
  - la strategia di comunicazione progettata rispetto agli obiettivi della campagna;
  - una chiara motivazione delle proprie scelte progettuali;
  - una descrizione esaustiva della tipologia di comunicazione prevista per la campagna. Si chiede inoltre di indicare almeno due proposte di *claim* e di specificare il tipo di immagini/ riprese/ suoni/ colori etc. che si intende utilizzare per trasmettere il messaggio al *target*.
  - Indicazione delle tempistiche (una timeline).



Prova n. 2:

1. L'Offerta formativa di un ateneo: nel citare quali sono i corsi di studio che rilasciano titoli aventi valore legale, il candidato si soffermi sulla struttura di un corso di laurea magistrale.
2. Elaborare e descrivere in maniera sintetica una proposta di campagna di informazione e comunicazione di ateneo incentrata su la *Mobilità sostenibile*.  
Il/la candidato/a potrà scegliere in autonomia:
  - la piattaforma social che si ritiene più adeguata
  - la forma comunicativaAndranno inoltre inseriti e descritti i seguenti requisiti:
  - Timeline (pianificazione)
  - Competenze e quantità di professionisti necessari al gruppo di lavoro per questo specifico progetto.
3. Elaborare una proposta di campagna di comunicazione da proporre su una piattaforma social a scelta il cui obiettivo sia promuovere e aumentare il numero di persone il numero di persone che si iscriveranno al *Corso di laurea in Scienze dell'educazione*.

Nel testo dovrà essere presente:

- la strategia di comunicazione progettata rispetto agli obiettivi della campagna;
- una chiara motivazione delle proprie scelte progettuali;
- una descrizione esaustiva della tipologia di comunicazione prevista per la campagna. Si chiede inoltre di indicare almeno due proposte di *claim* e di specificare il tipo di immagini/ riprese/ suoni/ colori etc. che si intende utilizzare per trasmettere il messaggio al *target*.
- Indicazione delle tempistiche (una timeline).

Prova n. 3:

1. Il/la candidato/a illustri qual è l'offerta formativa post lauream di un ateneo soffermandosi in particolare sulla struttura dei corsi di master universitari.
2. Elaborare e descrivere in maniera sintetica una proposta di campagna di informazione e comunicazione di ateneo incentrata sulla *Promozione dell'ateneo nelle scuole secondarie di secondo grado*.  
Il/la candidato/a potrà scegliere in autonomia:
  - la piattaforma social che si ritiene più adeguata
  - la forma comunicativaAndranno inoltre inseriti e descritti i seguenti requisiti:
  - Timeline (pianificazione)
  - Competenze e quantità di professionisti necessari al gruppo di lavoro per questo specifico progetto.
3. Elaborare una proposta di campagna di comunicazione da proporre su una piattaforma social a scelta il cui obiettivo sia promuovere e aumentare il numero di persone che si iscriveranno al *Corso di laurea magistrale in cittadinanza, istituzioni e politiche europee*.

Nel testo dovrà essere presente:

- la strategia di comunicazione progettata rispetto agli obiettivi della campagna;
- una chiara motivazione delle proprie scelte progettuali;
- una descrizione esaustiva della tipologia di comunicazione prevista per la campagna. Si chiede inoltre di indicare almeno due proposte di *claim* e di specificare il tipo di immagini/ riprese/ suoni/ colori etc. che si intende utilizzare per trasmettere il messaggio al *target*.
- Indicazione delle tempistiche (una timeline).

## Seconda prova scritta del giorno 25.10.2023

Prova n. 1:

1. Il/la candidato/a esamini la campagna di promozione "Create Your future" ("Costruisci il tuo futuro") realizzata dall'Università di Bologna su YouTube della quale viene condiviso un video.  
Si descriva il concept, il target e le finalità comunicative, anche in chiave critica, e si proponga una possibile declinazione della stessa campagna su un altro social network.  
University of Bologna\_create your future.mp4
2. Il/la candidato/a elabori un breve video della durata di 10-12 secondi da pubblicare su un social network a scelta per promuovere:  
**La creazione da parte di un team dell'Ateneo della nuova auto Formula 1 elettrica.**

Il/la candidato/a descriva in breve e in chiave critica il concept, il target e le finalità comunicative utilizzando lo stesso file di testo creato per rispondere alla domanda 1.

Prova n. 2:

1. Il/la candidato/a esamini la campagna sugli incontri di counselling realizzata dall'Università degli Studi di Napoli l'Orientale sulla piattaforma Facebook della quale sono riportate poco sotto alcune immagini. Si descriva il concept, il target e le finalità comunicative, anche in chiave critica, e si proponga una possibile declinazione della stessa campagna su un altro social network.
2. Il/la candidato/a elabori un breve video della durata di 10-12 secondi da pubblicare su un social network a scelta per documentare:  
**La cattura di Elisio, il nuovo orso catturato in Carnia.**  
La candidata/il candidato descriva in breve e in chiave critica il concept, il target e le finalità comunicative utilizzando lo stesso file di testo creato per rispondere alla domanda 1.

Prova n. 3:

1. Il/la candidato/a esamini la campagna sull'autostima realizzata dall'Università telematica Unicusano sulla piattaforma Instagram della quale sono riportate poco sotto alcune immagini. Si descriva il concept, il target e le finalità comunicative, anche in chiave critica, e si proponga una possibile declinazione della stessa campagna su un altro social network.
2. Il/la candidato/a elabori un breve video della durata di 10-12 secondi da pubblicare su un social network a scelta per promuovere *gli scavi archeologici effettuati dall'ateneo*.  
La candidata o il candidato descriva in breve e in chiave critica il *concept*, il *target* e le finalità comunicative utilizzando lo stesso file di testo creato per rispondere alla domanda 1.

Si comunica altresì che uno dei candidati, offertosi spontaneamente, ha estratto, quanto alla prima prova scritta, la busta contenente la prova n. 1, e che uno dei candidati, offertosi spontaneamente, ha estratto, quanto alla seconda prova scritta, la busta contenente la prova n. 3.

Dei titoli non estratti è stata data lettura.

Udine, 25.10.2023

Il Presidente della Commissione esaminatrice

