



# UNIVERSITA' DEGLI STUDI DELL'AQUILA

AFFARI GENERALI DI ATENEO  
AREA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE  
SETTORE CONCORSI E SELEZIONI

## TRACCE DELLA PROVA ORALE

20.10.2021

**Blocco B, (Polo Universitario di Roio) Piazzale E. Pontieri Montelucio di Roio – 67100 –**

**L'Aquila in Aula B+1.1**

Concorso pubblico, per esami, per n. 12 posti di categoria D, posizione Economica D1 – Area Amministrativa- Gestionale, Area Biblioteca e Area Tecnica, Tecnico-Scientifica ed Elaborazione Dati con rapporto di lavoro subordinato a tempo pieno e indeterminato di cui n. 1 posto per il profilo Allegato 1, Ufficio Comunicazione e Social Network - Bandito con D.D.G. n. 714 – 2020 del 2.12.2020 e pubblicato sulla G.U. n. 99 del 22.12.2020.

### 1 TRACCIA

1. Cosa si intende con l'espressione engagement in relazione ai social media. Quali indicatori o aspetti devono essere presi in considerazione da parte di un'università pubblica?
2. Come gestirebbe una contestazione attraverso i social media contro i ritardi nella ristrutturazione del complesso edilizio dell'ex ospedale S. Salvatore (destinato a servizi di ateneo come le biblioteche, gli alloggi per studenti e la mensa per il polo umanistico)?
3. Si vuole massimizzare la consapevolezza relativa ad un prodotto e ad un servizio attraverso un sito web senza offrire una vendita diretta. A tal fine vengono prodotti dei video, è preferibile caricare tali video su piattaforme tipo YouTube (e linkarli sul sito) oppure caricarli direttamente sul sito stesso?

### 2 TRACCIA

1. A quali pubblici strategici si dovrebbe secondo lei rivolgere la comunicazione social dell'ateneo dell'Aquila? Sulla base di quali criteri e indicatori organizzerebbe il social media mix?
2. Come gestirebbe dal punto di vista della comunicazione istituzionale e social l'organizzazione del G20 delle università presso il Centro Convegni del nostro Ateneo?
3. Una società / ente dispone di un sito web ed è in grado di produrre due tipologie diverse di video:
  - a. video con contenuti virali, divertenti con contenuti di generica utilità
  - b. video con contenuti specifici, tecnici e di approfondimento



# UNIVERSITA' DEGLI STUDI DELL'AQUILA

AFFARI GENERALI DI ATENEO  
AREA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE  
SETTORE CONCORSI E SELEZIONI

La pubblicazione di tali video può avvenire sul sito web o su una piattaforma online come YouTube. Si indichino dove è opportuno pubblicare i video di tipo (a) e di tipo (b) e per quali ragioni.

## 3 TRACCIA

1. Come gestirebbe una contestazione attraverso i social media contro il numero ridotto di corse dell'ARPA-TUA disponibili nel pomeriggio al termine delle lezioni?
2. Cosa si intende con l'espressione piano editoriale? Quali sono le principali fasi di un piano editoriale per i social media?
3. Il sito di un Dipartimento universitario propone un video che illustra i propri corsi di laurea, si indichino i vantaggi e gli svantaggi di avere il video direttamente caricato sul sito rispetto a caricarlo su una piattaforma come YouTube e linkarlo.

## 4 TRACCIA

1. Che tipo di linguaggio utilizzerebbe sui social media di un'università pubblica, considerando eventuali riferimenti a progetti pilota nazionali, indicazioni normative e prassi in ambito di comunicazione pubblica?
2. Come gestirebbe una polemica nata sui social media contro il numero ridotto di professoresse ordinarie inserite nell'organico dei docenti di UNIVAQ?
3. Si vuole massimizzare il SEO per poter effettuare delle vendite online di un prodotto su un sito. A tal fine sono stati prodotti uno o più video, è preferibile caricare tali video su piattaforme tipo YouTube o caricarlo direttamente sul sito?

## 5 TRACCIA

1. Un elemento chiave della comunicazione digitale è la scelta delle immagini, dei video e di tutto quello che rientra nell'espressione visual. Se fosse il social media manager di UNIVAQ quali scelte di visual compirebbe e sulla base di quali criteri gestirebbe i repertori visivi dei canali?
2. Come gestirebbe dal punto di vista della comunicazione istituzionale e social la visita in Ateneo del Papa in occasione dell'anniversario del sisma del 2009?
3. I motori di ricerca hanno difficoltà ad indicizzare i video presenti in una pagina web e di catturarne le informazioni più rilevanti. Al fine di poter indicizzare i video, è necessario fornire metadati quali:



# UNIVERSITA' DEGLI STUDI DELL'AQUILA

AFFARI GENERALI DI ATENEO  
AREA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE  
SETTORE CONCORSI E SELEZIONI

- il titolo del video
- una descrizione del video
- la lunghezza del video
- la data di caricamento del video
- una immagine copertina ("thumbnail") per il video

Si indichino con quali modalità o strumenti poter specificare tali informazioni al fine di poter indicizzare al meglio un video sui motori di ricerca.

## 6 TRACCIA

1. Lei è stato incaricato di identificare le strategie per i social media dell'Ateneo. Sulla base di quali fondamenti teorici e/o conoscenze operative definirebbe le strategie comunicative e quali scelte farebbe per i diversi canali social?
2. Come gestirebbe dal punto di vista della comunicazione istituzionale e social la visita in Ateneo del Presidente della Repubblica in occasione dell'inaugurazione dell'Anno Accademico?
3. Si è creato un nuovo sito web e si vuole rafforzare la "brand awareness", a tale fine è stato creato un video. Si indichi se per tale fine è più opportuno mettere il video su una piattaforma come YouTube o se è preferibile lasciarlo sul sito stesso. Si motivi la scelta.

## TRACCE NON ESTRATTE

1. Quali sono secondo lei gli elementi che rendono di qualità la presenza di un'università sui social media? Il candidato dopo aver descritto tali elementi/fattori, indichi su quali ambiti lavorerebbe per avere una comunicazione universitaria social di qualità.
  2. Come gestirebbe dal punto di vista della comunicazione istituzionale e social la partnership tra UNIVAQ e il Comune dell'Aquila in occasione del lancio di una card per servizi (entrata musei, riduzione costo biglietti teatro, etc) destinata agli studenti dell'Ateneo?
  3. La popolarità di un video è data dalla condivisione sulle varie piattaforme del video da parte degli utenti. Affinché un video possa essere più facilmente condiviso e diventare virale, si indichino quali sono le tipologie di contenuti che possono incidere su tale caratteristica.
- 
1. Come gestirebbe una contestazione attraverso i social media contro il protrarsi della chiusura di una sala di lettura di Ateneo in seguito ad una ristrutturazione?



# UNIVERSITA' DEGLI STUDI DELL'AQUILA

AFFARI GENERALI DI ATENE  
AREA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE  
**SETTORE CONCORSI E SELEZIONI**

2. Cosa si intende con l'espressione social media monitoring e quali sono le principali tecniche e applicazioni che possono essere usate da chi gestisce queste piattaforme?
3. Al fine di massimizzare l'efficacia del proprio sito web, quando è preferibile caricare un video direttamente sul sito stesso e quando invece è preferibile distribuirlo su una piattaforma come YouTube?