



CONCORSO PUBBLICO PER TITOLI ED ESAMI PER LA COPERTURA DI N. 1 POSTO DI CATEGORIA D, POSIZIONE ECONOMICA D1, DELL'AREA TECNICA, TECNICO SCIENTIFICA ED ELABORAZIONE DATI, CON CONTRATTO DI LAVORO SUBORDINATO A TEMPO INDETERMINATO E PIENO PER LE ESIGENZE DELLA COMUNICAZIONE E PUBLIC ENGAGEMENT (D.D. 1620/2018).

TRACCE DELLA PROVA SCRITTA

Estratto dal Verbale 2 del 7 marzo 2019

PRIMA PROVA

TRACCIA 1

"La comunicazione istituzionale non va confusa con la comunicazione politica. La comunicazione istituzionale deve essere intesa come un vero e proprio servizio che le amministrazioni pubbliche rendono ai cittadini. Tale forma di comunicazione non ha un carattere unidirezionale ma è, al contrario, fortemente interattiva, rappresentando la strada maestra per superare ogni tentazione autoreferenziale da parte delle amministrazioni."

Da *Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella*

Il candidato sviluppi la citazione, contestualizzandola nell'ambito dell'Obiettivo strategico mirante a valorizzare la missione culturale e scientifica dell'Ateneo sul territorio, come da "*Piano strategico 2019-2021*" dell'Università degli Studi di Firenze.

TRACCIA 2 (ESTRATTA)

"Tutti i media ci investono interamente. Sono talmente penetranti nelle loro conseguenze personali, politiche, economiche, estetiche, psicologiche, morali, etiche e sociali, da non lasciare alcuna parte di noi intatta, vergine, immutata. Il medium è il messaggio. Ogni interpretazione della trasformazione sociale e culturale è impossibile senza una conoscenza del modo in cui i media funzionano da ambienti. Tutti i media sono estensioni di qualche facoltà umana psichica o fisica."

Da "*The medium is the message*", di *Marshall McLuhan*

Il candidato sviluppi la citazione, contestualizzandola nell'ambito dell'Obiettivo strategico mirante a valorizzare la missione culturale e scientifica dell'Ateneo sul territorio, come da "*Piano strategico 2019-2021*" dell'Università degli Studi di Firenze.

TRACCIA 3

"Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e un aspetto di relazione, di modo che



il secondo classifica il primo ed è quindi meta-comunicazione”.
Da *“Pragmatica della comunicazione umana”* di Paul Watzlawick

Il candidato sviluppi la citazione, contestualizzandola nell'ambito dell'Obiettivo strategico mirante a valorizzare la missione culturale e scientifica dell'Ateneo sul territorio, come da *“Piano strategico 2019-2021”* dell'Università degli Studi di Firenze.

SECONDA PROVA

Estratto dal Verbale 3 dell'8 marzo 2019

PROGETTO 1

Nell'ambito del ruolo che gli Atenei stanno sempre più assumendo quali portatori di messaggi culturali nel territorio (public engagement) il candidato predisponga un progetto per:

la realizzazione di un ciclo di eventi dedicati alla divulgazione scientifica.

Nel redigere il progetto il candidato terrà conto dei seguenti fattori, precisando per ciascuno di essi gli strumenti e metodi gestionali adottati:

- ✓ interazione con le istituzioni culturali presenti nel territorio;
- ✓ descrizione dell'iniziativa;
- ✓ obiettivi specifici che si intendono raggiungere;
- ✓ target di pubblico;
- ✓ costo/finanziamento;
- ✓ durata e sedi coinvolte;
- ✓ risorse umane;
- ✓ strategie di comunicazione e loro declinazioni;
- ✓ strategie per il coinvolgimento della popolazione studentesca;
- ✓ monitoraggio e analisi dei risultati.



SECONDA PROVA

PROGETTO 2 (ESTRATTA)

Nell'ambito del ruolo che gli Atenei stanno sempre più assumendo quali portatori di messaggi culturali nel territorio (public engagement) il candidato, immaginandosi di essere un dipendente dell'Università di Firenze, predisponga un progetto per:

la partecipazione del proprio ente ad una selezione indetta dal Comune di Firenze nel settore della cultura, dell'arte, dello spettacolo e dell'intrattenimento, da realizzarsi nell'ambito della rassegna annuale Estate Fiorentina.

Nel redigere il progetto il candidato terrà conto dei seguenti fattori, precisando per ciascuno di essi gli strumenti e metodi gestionali adottati:

- ✓ descrizione dell'iniziativa;
- ✓ obiettivi specifici che si intendono raggiungere;
- ✓ target di pubblico;
- ✓ costo/finanziamento;
- ✓ durata;
- ✓ risorse umane;
- ✓ strategie di comunicazione e loro declinazioni;
- ✓ strategie per il coinvolgimento della popolazione studentesca;
- ✓ monitoraggio e analisi dei risultati.



SECONDA PROVA

PROGETTO 3

Nell'ambito del ruolo che gli Atenei stanno sempre più assumendo quali portatori di messaggi culturali nel territorio (public engagement) il candidato, immaginandosi di essere un dipendente dell'Università di Firenze, predisponga un progetto per:

la realizzazione della “Notte dei ricercatori in Toscana (Bright 2019)”, volta a migliorare la visibilità e la percezione del lavoro dei ricercatori toscani, iniziativa che si svolge in contemporanea con tutte le iniziative europee della Notte dei ricercatori.

Si tenga presente che *Bright* dovrà portare i ricercatori per le strade della città e aprire le porte dei Laboratori dell'Università.

Nel redigere il progetto il candidato terrà conto dei seguenti fattori, precisando per ciascuno di essi gli strumenti e metodi gestionali adottati:

- ✓ interazione con le istituzioni culturali presenti nel territorio;
- ✓ descrizione dell'iniziativa;
- ✓ obiettivi specifici che si intendono raggiungere;
- ✓ target di pubblico;
- ✓ costo/finanziamento;
- ✓ durata e sedi coinvolte;
- ✓ risorse umane;
- ✓ strategie di comunicazione e loro declinazioni;
- ✓ strategie per il coinvolgimento della popolazione studentesca;
- ✓ monitoraggio e analisi dei risultati.

f.to Il Responsabile del procedimento
Dott.ssa Giulia Ferrone