



Art. 19 del d.lgs. 33/2013 e ss.mm.ii. – Obblighi di pubblicazione concernenti i bandi di concorso per il reclutamento, a qualsiasi titolo, di personale.

Bando: D.D. rep. 3264 del 31.8.2023 - D.D. rep. 3383 dell'8.9.2023 – ACOM.EP.1

Oggetto del bando:

Procedure comparative, per titoli e prova orale, per l'accesso alla categoria immediatamente superiore da parte del personale tecnico-amministrativo in servizio a tempo indeterminato presso l'Università degli Studi di Catania, ai sensi dell'art. 52, comma 1-bis, del Decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165 e ss.mm.ii., per n. 41 posti di categoria C, di n. 64 posti di categoria D e di n. 10 posti di categoria EP.

Commissione d'esami nominata con Decreto direttoriale n. 4044 del 25 ottobre 2023

Presidente/essa: prof.ssa Teresa Graziano

Segretario/a: dott. Giuseppe Naselli

Componente: prof. Marco Valerio Livio La Bella

A. Prova scritta: prevista non prevista

B. Prova orale: prevista non prevista

Elenco tracce

• **quesito di ordine teorico-pratico volto ad accertare le competenze:**

A. Il/la candidato/a indichi gli strumenti teorico-metodologici più efficaci per pianificare, implementare e/o mantenere nel tempo una strategia completa di brand identity per l'ateneo, specificando quali sono le componenti essenziali e tenendo conto degli elementi chiave come la missione istituzionale, i valori accademici e il posizionamento desiderato nell'ambito dell'istruzione superiore.

B. Il/la candidato/a esponga le modalità attraverso cui si possono coniugare e integrare in modo efficace la creazione e la gestione dei contenuti delle testate giornalistiche tradizionali di un ateneo con i contenuti prodotti per il sito web e le piattaforme di social media, con l'obiettivo di massimizzare l'engagement degli studenti, dei docenti e del pubblico esterno e mantenere nel contempo l'integrità giornalistica e il valore informativo.

C. Il/la candidato/a indichi quali sono gli strumenti, i canali e le strategie più efficaci per la creazione di contenuti digitali multimediali mirati specificamente ad attrarre e/o coinvolgere studenti e docenti internazionali, promuovendo al contempo i valori accademici dell'istituzione e garantendo il valore informativo.

D. Il/la candidato/a specifichi come si coniuga il rispetto dei requisiti normativi previsti dal codice di amministrazione digitale con la sfida di creare contenuti digitali multimediali sempre più accattivanti, che favoriscano l'engagement e che soddisfino al tempo stesso le esigenze informative della comunità accademica e del pubblico online.



- **quesito di ordine teorico-pratico volto ad accertare le conoscenze:**
 - A. Il/la candidato/a descriva quali sono le principali linee guida per il design dei siti internet e i servizi digitali della PA.
 - B. Il/la candidato/a descriva le principali strategie per il social media management, con particolare riferimento a FB, IG, Twitter e Youtube.
 - C. Il/la candidato/a descriva i principi fondamentali dell'autonomia statutaria e regolamentare delle università, nell'ambito della legislazione universitaria nazionale, da cui deriva il modello organizzativo dell'Università degli Studi di Catania.
 - D. Il/la candidato/a elenchi i principi cardine della normativa sul procedimento amministrativo, sul diritto di accesso agli atti amministrativi e in materia di trattamento e protezione dei dati personali, trasparenza e anticorruzione.

- **quesito volto ad accertare le capacità e competenze di tipo cognitivo/attitudinale, metodologico e sociale/relazionale:**
 - A. Il/la candidato/a illustri i contenuti di un piano strategico di comunicazione digitale e multimediale volto alla risoluzione di un problema di diminuzione dell'engagement online o una crisi reputazionale sui social media, con l'obiettivo di ripristinare la fiducia della comunità accademica e del pubblico esterno.
 - B. Il/la candidato/a esponga, fornendo qualche esempio concreto, quali sono le competenze sociali e relazionali specifiche necessarie per facilitare la collaborazione sia all'interno dell'unità di comunicazione digitale che con altre unità/aree dell'ateneo, per interagire con la comunità accademica di docenti e studenti e gestire efficacemente le relazioni con gli stakeholder esterni, con l'obiettivo di promuovere una comunicazione digitale di successo e consolidare la reputazione dell'istituzione.
 - C. Il/la candidato/a illustri quali competenze cognitivo-attitudinali mobiliterebbe per coordinare in modo efficace l'unità di comunicazione digitale, come la capacità di analisi strategica, l'adattabilità alle nuove tecnologie, la gestione del cambiamento e la predisposizione all'apprendimento continuo, fornendo qualche esempio concreto.
 - D. Il/la candidato/a esponga quali sono le competenze metodologiche specifiche di cui dispone per gestire efficacemente la pianificazione, l'implementazione e la valutazione delle strategie digitali multimediali, specificando quali approcci reputa più adatti per garantire la coerenza, l'efficacia e la misurabilità delle attività di comunicazione digitale, assicurando nel contempo l'allineamento con gli obiettivi istituzionali dell'ateneo.

C. Altre prove: prevista non prevista

Tipo di prova: