

BUSTA 1

1. La candidata/il candidato presenti brevemente quali sono i principi fondamentali a cui si ispirano le linee guida per i servizi digitali della Pubblica amministrazione.
2. Identità visiva, brand reputation, storytelling: sono concetti legati al mondo della comunicazione. La candidata/il candidato, dopo averli illustrati partitamente, cerchi di evidenziarne ruolo e funzione nella strategia comunicativa di un'istituzione universitaria, di ricerca e alta formazione.
3. È sufficiente il fact checking per difendersi efficacemente dalle fake news?

BUSTA 2

1. Secondo la normativa vigente, all'interno delle amministrazioni pubbliche a quali strutture è affidata la gestione delle attività di informazione e comunicazione e quali sono i loro compiti specifici?
2. Nel settore pubblico non è raro che, agli strumenti di comunicazione tradizionali come i siti web, si affianchino i cosiddetti canali social (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn). La candidata/il candidato esponga l'utilità e l'efficacia di un simile ventaglio mediatico ai fini di una comunicazione performante.
3. La candidata/il candidato illustri qual è il modo più convincente per un'istituzione universitaria, di ricerca e alta formazione per comunicare contro le tesi anti-vax.

BUSTA 3

1. La candidata/il candidato spieghi, brevemente, come deve essere attuato dalle Pubbliche Amministrazioni il principio della trasparenza, secondo la normativa vigente.
2. Comunicazione esterna e comunicazione interna. La candidata/il candidato illustri quali sono i tratti distintivi delle due forme di comunicazione ed esponga, argomentando, alcuni degli strumenti che vengono comunemente ascritti all'una o all'altra categoria.
3. Che differenza c'è nei risultati di una ricerca svolta su Google (o su altri motori di ricerca o sui social network) se digitate Covid-19, coronavirus o simili, rispetto a qualunque altra ricerca?