

PROVA 1 – PROVA ESTRATTA

1. Analizzare il significato e l'importanza dell'identità visiva nella comunicazione di un'università. Illustrare i principi che devono guidare la progettazione e l'utilizzo coordinato degli elementi grafici e stilistici (loghi, colori, font, modelli grafici) nei diversi canali di comunicazione, al fine di garantire coerenza, riconoscibilità e autorevolezza dell'ateneo.
2. Nel contesto delle attività dell'Ufficio Comunicazione di ateneo, descrivere come potrebbe essere progettato un piano editoriale per i canali social istituzionali, finalizzato alla promozione dell'offerta formativa. Indicare i canali da utilizzare, il tono di voce, le principali tipologie di contenuto da sviluppare e i KPI utili per il monitoraggio delle performance. Si suggerisce di supportare l'analisi con esempi pertinenti.