

PROVA N.3

Nel 2024 ricorrerà il centenario dalla Fondazione dell'Università degli Studi di Trieste.

Il Consiglio d'Amministrazione ha stanziato € 75.000 quale investimento sui social media di Ateneo, con il fine di massimizzare il ritorno di brand awareness di questo evento e delle celebrazioni ad esso connesse per rafforzare l'identità dell'Università degli Studi di Trieste perseguendo i seguenti obiettivi:

1. l'incremento della sinergia con il tessuto economico-produttivo-turistico e creativo della città di Trieste,
2. l'evidenziazione dell'idea del passato come faro per il futuro.

Il candidato/a, tenendo conto dei regolamenti di ateneo, proponga una matrice articolata sui quattro social media di riferimento (Instagram, Twitter, LinkedIn e Facebook), suddividendo l'investimento per: obiettivo del CdA, canale social, strumento utilizzato (ad es.: social media advertising, eventi online, micro influencer, altro). Il candidato/a illustri infine quale ritorno dell'investimento, in termini di reach e di engagement, l'Ateneo può aspettarsi dall'investimento allocato.

