

17.

- a) Quali sono i cinque punti imprescindibili di qualsiasi azione di comunicazione e divulgazione? E cosa è indispensabile per una divulgazione efficace?
- b) Come può essere descritto il fenomeno della multimedialità?
- c) Cosa occorre considerare nella preparazione di un intervento di divulgazione al pubblico?

4.

a) A quando risale l'inizio della comunicazione scientifica?

b) Quando è nato Tic toc e qual è la sua target audience? Aziende e istituzioni lo usano per comunicare? Se sì in che modo?

c) Che cos'è la Notte europea dei Ricercatori?

16.

a) Conferenza stampa, comunicato stampa, social. Tanti modi per comunicare una notizia, un'informazione. Il candidato illustri le differenze tra queste modalità di informazione e se possono essere usate contemporaneamente oppure no.

b) Cosa si intende per real time marketing? Può fare un esempio?

c) Che cosa è una infografica?

2.

a) Cosa si intende per comunicazione pubblica? E quale funzione deve svolgere un “facilitatore pubblico” nell’ambito di un processo partecipativo?

b) Che cos'è un forum? A cosa serve? Quando, nell’ambito della comunicazione pubblica, viene usato più di frequente?

c) In una pubblica amministrazione da chi è svolta la comunicazione politica? E quella tecnica? Il candidato illustri la differenza tra le due figure anche alla luce della legge 150 del 2000.

10.

a) Quali sono i messaggi non verbali di un'organizzazione pubblica.

b) Parliamo di Facebook: che cos'è un dark post? Come si chiama lo strumento di analisi gratuito per consentire l'analisi della propria pagina? Per ottenere la reach maggiore di un post contenente un video, su quale piattaforma è preferibile effettuare l'upload del contenuto?

c) Cosa si intende con il termine Benchmarking?

15.

a) Cosa sono i bot?

b) Processo decisionale inclusivo e customer satisfaction. Due facce della stessa medaglia? Il candidato spieghi.

c) A quale fonte legislativa si fa riferimento per la richiesta di accesso alle informazioni possedute dalle amministrazioni pubbliche? Il candidato ne illustri le finalità.

12.

a) Cosa indica il termine crossmedialità?

b) Che differenza c'è tra la comunicazione unidirezionale ("one-to-many") e la divulgazione scientifica?

c) I social network stanno rivoluzionando la divulgazione scientifica?

8.

a) Cosa sono in una azienda o in una amministrazione o ente le Relazioni Pubbliche (o Relazioni Istituzionali)?

b) Quali sono le regole d'oro della comunicazione scientifica. Il candidato faccia alcuni esempi.

c) Cos'è la Intranet e a cosa serve.



13.

a) Cosa significa "open access"?

b) Che cos'è la netiquette? Si può fare qualche esempio?

c) Quale legge disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni? Il candidato ne può brevemente illustrare le finalità e i punti salienti?

9.

a) Che cosa indica la sigla TED?

b) In quale anno ha inizio la diffusione di massa di Internet, grazie allo sviluppo del World Wide Web? E quali sono i più visibili risultati di questa rivoluzione?

c) Per valutare l'efficacia di strumenti comunicativi come leaflet o brochure, oltre a raccogliere dati sul loro numero, che cosa è necessario fare per sapere se sono state effettivamente lette dai destinatari?

14.

a) Cosa si intende per sindrome Nimby (Not in my Back Yard)? Alcuni esempi?

b) Per il buon funzionamento tecnico e operativo di una qualsiasi amministrazione come devono circolare al suo interno i flussi informativi?

c) Tra i social network qual è quello che ha come principale target professionisti e aziende? E come si chiama lo strumento che serve per calcolarne il grado di efficacia per azioni di social selling? E il suo account pubblicitario?