

Concorso pubblico, per esami, per la copertura di n. 1 posto di cat. D – posizione economica D1 - area tecnica, tecnico-scientifica ed elaborazione dati, con rapporto di lavoro subordinato a tempo indeterminato, con regime di impegno a tempo pieno, profilo Social Media Manager per le esigenze del Career Management Service dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, indetto con DDG n. 477 del giorno 24/04/2024

Domande elaborate dalla commissione esaminatrice per l'espletamento della prova preselettiva.

Prova n. 1

| N. | Domanda | A | B | C |
|----|--|--|---|---|
| 1 | La comunicazione organizzativa è: | l'insieme dei processi bidirezionali di comunicazione che l'organizzazione istituisce con i propri destinatari interni ed esterni al fine di influire sui loro atteggiamenti e comportamenti | l'insieme dei processi unidirezionali di comunicazione che l'organizzazione istituisce con i propri destinatari interni ed esterni al fine di influire sui loro atteggiamenti e comportamenti | nessuna delle altre affermazioni è corretta |
| 2 | la teoria dell'ago ipodermico postula che: | i messaggi colpiscono personalmente gli individui, in modo diretto e immediato, modificandone opinioni e comportamenti | i messaggi operano una persuasione occulta ed indiretta sugli individui, modificandone opinioni e comportamenti | i messaggi colpiscono personalmente gli individui, in modo indiretto, modificandone opinioni e comportamenti |
| 3 | La vision di un'organizzazione: | è la proiezione di uno scenario futuro che rispecchia gli ideali, i valori e le aspirazioni di chi fissa gli obiettivi ed incentiva l'azione | descrive il suo campo di attività ed il suo mercato di riferimento. Esprime la sua vocazione di base ed i suoi principi direttivi in termini di risultati economici e non | rappresenta la cultura di un'impresa |
| 4 | L'open government può essere considerato come: | l'evoluzione del modello relazionale, conversazionale e della condivisione della comunicazione | l'evoluzione del modello dell'ago ipodermico | l'evoluzione del modello matematico della comunicazione |
| 5 | Le reti civiche sono: | un ambiente telematico che si propone di favorire la comunicazione, lo scambio, la cooperazione e l'erogazione di servizi tra cittadini e comunità locale | un ambiente fisico che si propone di favorire la comunicazione, lo scambio, la cooperazione e l'erogazione di servizi tra cittadini e comunità locale | un ambiente che si propone di favorire la comunicazione, lo scambio, la cooperazione e l'erogazione di servizi tra cittadini e stakeholder politici |

| | | | | |
|----|--|---|--|---|
| 6 | Il new public management può essere definito come: | un paradigma di gestione del settore pubblico che si basa sull'integrazione degli aspetti amministrativi e delle pratiche gestionali con metodologia orientata al risultato | nessuna delle altre affermazioni è corretta | un paradigma di gestione del settore pubblico che si basa sull'integrazione degli aspetti amministrativi e delle pratiche gestionali con metodologia orientata esclusivamente al profitto |
| 7 | La brand communication: | ha l'obiettivo di promuovere l'immagine e curare la reputazione dell'istituzione pubblica | riguarda la comunicazione dei servizi erogati dalle PA, per facilitarne la conoscenza, l'accesso, l'utilizzo da parte dei cittadini | riguarda la visibilità e la promozione delle politiche pubbliche |
| 8 | Le affordances o proprietà relazionali delle piattaforme sono: | caratteristiche oggettive dello strumento che indicano agli utenti come strutturare ed influenzare le forme relazionali online | canali di distribuzione di contenuti informativi e di intrattenimento online | contesti di produzione dei contenuti digitali che modellano significati ed azioni online |
| 9 | Il concetto di networked individualism mette in luce: | il passaggio dalla connettività tra i luoghi alla connettività tra le persone | il passaggio dalla connettività tra le persone alla connettività tra i luoghi | nessuna delle altre affermazioni è corretta |
| 10 | Le esperienze di partecipazione dei cittadini alla vita pubblica ed alla amministrazione dei beni comuni si definiscono civic engagement quando: | sono l'esito di attività avviate spontaneamente dai cittadini | sono frutto di una guida e di uno stimolo da parte delle istituzioni | sono frutto di entrambe le spinte "top down" e "bottom up" |
| 11 | La multicanalità è: | un approccio sistemico alla gestione delle attività di comunicazione assistite dall'implementazione delle tecnologie digitali | un approccio sistemico alla gestione delle attività di comunicazione assistite dall'integrazione di diverse tipologie di stakeholder | un approccio sistemico alla gestione delle attività di comunicazione assistite dall'implementazione di contesti professionali differenti |
| 12 | La teoria matematica della comunicazione: | sposta l'attenzione dall'emittente al messaggio | sposta l'attenzione dall'emittente agli effetti prodotti sul pubblico | sposta l'attenzione dall'emittente al canale |
| 13 | Con il termine "switch off" nell'ambito della trasformazione digitale della PA si intende: | l'abbandono delle vecchie modalità di erogazione dei servizi | esclusivamente l'implementazione della formazione del personale in tema di trasformazione digitale | le sanzioni per le amministrazioni inadempienti |
| 14 | Quale è il compito principale della comunicazione di servizio? | accompagnare con la comunicazione l'intero ciclo di vita di un servizio | comunicare le dimensioni territoriali dell'istituzione pubblica e dei suoi servizi | definire un piano di brand communication per i servizi dell'istituzione pubblica |

| | | | | |
|----|--|---|--|---|
| 15 | La fase di evoluzione della comunicazione pubblica in Italia definita "open government/open data" (2010-2017) a quale modello teorico è riconducibile? | comunicazione relazionale, conversazionale e della condivisione | comunicazione pluridirezionale e multilivello | comunicazione bidirezionale |
| 16 | L'etichetta 'brand identity' connota: | l'insieme delle caratteristiche fisiche e valoriali che rendono riconoscibile ed unica l'organizzazione | la percezione che gli utenti/consumatori hanno del brand | la consapevolezza che i competitor hanno del brand di un'organizzazione |
| 17 | Il Return of Investment (ROI) è: | il rapporto tra capitale investito e profitto realizzato | il rapporto tra oneri finanziari e finanziamenti di terzi | il rapporto tra il reddito netto e il valore del capitale impiegato |
| 18 | I KPI nella definizione di una strategia di digital analytics sono: | i key performance indicators | i key people indicators | i key product indicators |
| 19 | L'ISTAT ha redatto un elenco esatto delle organizzazioni che fanno parte della PA sulla base di criteri di classificazione di natura statistico-economico (ISTAT 2021). Quali sono le aree in cui è suddivisa la PA: | Amministrazioni Centrali; Amministrazioni Locali; Enti Nazionali di Previdenza e Assistenza | Amministrazioni Centrali e Amministrazioni Locali ma non Enti Nazionali di Previdenza e Assistenza | Enti Nazionali di Previdenza e Assistenza ma non Amministrazioni Centrali e Amministrazioni Regionali |
| 20 | Quale tra i seguenti principi cui si deve uniformare la Pubblica Amministrazione in tema di comunicazione non è stato introdotto dalla legge 241/1990? | valorizzazione | efficacia | trasparenza |
| 21 | Secondo le indicazioni metodologiche per la formulazione dei programmi di comunicazione del 20/12/2023 a cura del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria (Presidenza del consiglio dei Ministri), quando le PA si relazionano con i media si parla di: | attività di informazione | attività di comunicazione interna | nessuna delle altre affermazioni è corretta |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 22 | Il D.Lgs 33/2013 disciplina: | il riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni | le modalità di accesso ai servizi erogati in rete dalle pubbliche amministrazioni | la revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche |
| 23 | La Legge 4/2004 definisce: | le disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici | le disposizioni in materia di professioni non organizzate come quella dei comunicatori pubblici | la disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni |
| 24 | La "Direttiva Frattini" del 7/02/2002: | rende esplicita la necessità di prevedere forme organizzative di coordinamento delle funzioni di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni | sancisce il diritto dei cittadini ad essere informati e l'obbligo delle amministrazioni di informare | istituisce il decentramento e la semplificazione degli strumenti di comunicazione |
| 25 | La Legge del 9 gennaio 2004, n. 4 riguarda: | le disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici | la delega al Governo per il recepimento delle direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione europea | il codice dell'amministrazione digitale |
| 26 | Quale norma indica anche quale debba essere il ruolo di colui che è deputato a gestire i flussi di comunicazione esterni e interni di una pubblica amministrazione? | L. 150/2000 | L. 150/2001 | L.150/1999 |
| 27 | Quale è la fonte normativa del cosiddetto Nuovo Codice dell'Amministrazione Digitale (Nuovo CAD)? | D.Lgs 235/2010 | D.Lgs 82/2008 | D.Lgs 83/2007 |

| | | | | |
|----|---|--|--|---|
| 28 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, il Direttore Generale: | è responsabile, nell'ambito degli indirizzi fissati dagli Organi di governo e in attuazione delle delibere degli stessi, della gestione finanziaria, tecnica ed amministrativa dell'Università | esercita la funzione di programmazione, di coordinamento e verifica delle attività didattiche e di ricerca | nessuna delle altre affermazioni è corretta |
| 29 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, il Senato Accademico: | esercita la funzione di programmazione, di coordinamento e verifica delle attività didattiche e di ricerca | rappresenta l'Università e assicura l'unitarietà degli indirizzi espressi dagli Organi collegiali di governo | esercita funzioni di indirizzo strategico, di gestione e di controllo dell'attività amministrativa, finanziaria ed economico-patrimoniale dell'Ateneo |
| 30 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, l'incarico di Direttore Generale è conferito: | dal Consiglio di Amministrazione, su proposta del Rettore, acquisito il parere del Senato Accademico | dal Senato Accademico, su proposta del Rettore, acquisito il parere del Consiglio di Amministrazione | dal Rettore, su proposta del Senato Accademico, acquisito il parere del Consiglio di Amministrazione |

Prova n. 2

| N. | Domanda | A | B | C |
|----|--|---|--|---|
| 1 | Il modello della "informazione a senso unico" è stato elaborato: | negli anni 70-90 | negli anni 50-60 | negli anni 90-2000 |
| 2 | La mission di un'organizzazione: | descrive il suo campo di attività ed il suo mercato di riferimento. Esprime la sua vocazione di base ed i suoi principi direttivi in termini di risultati economici e non | è la proiezione di uno scenario futuro che rispecchia gli ideali, i valori e le aspirazioni di chi fissa gli obiettivi ed incentiva l'azione | rappresenta la cultura di un'impresa |
| 3 | I pilastri dell'open government sono: | trasparenza, collaborazione, partecipazione | competenza, trasparenza, comunicazione | collaborazione, comunicazione, competenza |

| | | | | |
|----|--|---|--|---|
| 4 | Il prosumerismo dei cittadini si riferisce: | all'attività di produzione e consumo dei contenuti digitali | esclusivamente all'attività di consumo dei contenuti digitali | esclusivamente all'attività di produzione di contenuti digitali |
| 5 | Il modello del Collaborative Public Management suggerisce che: | la creazione di un sistema a rete decentralizzato in cui informazione e comunicazione sono centrali per l'efficienza organizzativa | la creazione di un sistema a rete centralizzato in cui informazione e comunicazione sono centrali per l'efficienza organizzativa | la creazione di un sistema a rete decentralizzato in cui informazione e comunicazione sono autonome ed agiscono indipendentemente sull'efficienza organizzativa |
| 6 | La comunicazione di servizio: | riguarda la comunicazione sui servizi erogati dalle PA, per facilitarne la conoscenza, l'accesso, l'utilizzo da parte dei cittadini | ha l'obiettivo di promuovere l'immagine e curare la reputazione dell'istituzione pubblica | riguarda la visibilità e la promozione delle politiche pubbliche |
| 7 | La situational crisis communication theory: | analizza le strategie di comunicazione di crisi centrate sul contesto | analizza esclusivamente le strategie di comunicazione di crisi centrate sui contenuti | analizza le strategie di comunicazione di crisi centrate sugli stakeholder senza considerare il contesto |
| 8 | Con il termine mass self-communication si intende: | La percezione che i pubblici hanno del loro ruolo comunicativo nella società | L'insieme dei social media che operano nella comunicazione di massa | La dipendenza dai social media degli individui nello scenario attuale |
| 9 | Negli anni 60 Michel Crozier nel suo libro "Il fenomeno burocratico" definisce la burocrazia come: | un apparato lento e rigido | un apparato efficace e snello | un apparato incerto ed imprevedibile |
| 10 | Nell'ambito degli studi culturologici sull'organizzazione, diversi autori hanno evidenziato: | la produzione di senso da parte dei suoi membri | la riproduzione di un sistema di azione fondato su modelli razionali ed efficientisti | la centralità del modello di management |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 11 | Quale tra i seguenti è un asset intangibile del settore pubblico? | engagement | capitale economico | artefatti e tecnologia |
| 12 | La fase di evoluzione della comunicazione pubblica in Italia caratterizzata dalle turbolenze socio-politiche, dalla disinformazione e dalla crisi pandemica (dal 2018 ad oggi) a quale modello teorico è riconducibile? | comunicazione pluridirezionale e multilivello | comunicazione relazionale, conversazionale e delle condivisioni | comunicazione bidirezionale |
| 13 | La brand identity è un sottoinsieme della: | corporate identity | reputation identity | consumer identity |
| 14 | Quale tra le seguenti NON è una tecnica di indagine della brand awareness? | brand equity | top of mind | brand recall |
| 15 | Il Return on Equity (ROE) è: | il rapporto tra il reddito netto e il valore del capitale impiegato | il rapporto tra oneri finanziari e finanziamenti di terzi | il rapporto tra capitale investito e profitto realizzato |
| 16 | In una strategia di digital analytics la heat map è: | la rappresentazione grafica del comportamento degli utenti su una webpage | la rappresentazione grafica dell'interazione dei fan con i contenuti | la rappresentazione grafica della percentuale di utenti che portano a compimento le conversazioni |
| 17 | La feel experience connota: | la tipologia di modulo strategico esperienziale che ha come scopo quello di suscitare emozioni. | la tipologia di modulo strategico esperienziale che ha come scopo quello di far leva sull'intelligenza | la tipologia di modulo strategico esperienziale che ha come scopo quello di mostrare all'utente stili di vita alternativi lo portano a compiere delle interazioni fisiche con il servizio |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| 18 | Tra le fasi di una customer journey si ritrova la consapevolezza (awareness), in cosa consiste? | durante questa fase, i marchi tipicamente forniscono contenuti formativi per aiutare i clienti/utenti a diagnosticare un problema e offrire potenziali soluzioni | durante questa fase, i marchi forniscono contenuti per aiutare i clienti/utenti a confrontare diverse offerte e, infine, a scegliere il proprio prodotto o servizio | durante questa fase, i marchi si concentrano sul fornire un'esperienza memorabile a tutto tondo: dai contenuti del sito web al servizio |
| 19 | Quale tra i seguenti NON è uno strumento della comunicazione istituzionale pubblica? | house organ | social network | newsletter |
| 20 | Che cosa si intende con l'acronimo FOIA? | Freedom Of Information Act | Freedom Organization Information Act | Freedom of Information and Accessibility |
| 21 | Nel luglio 2022 sono state approvate le "Linee guida di design per i siti internet e i servizi digitali della Pubblica Amministrazione" adottate da AGID che è: | Agenzia per l'Italia digitale | Agenzia per la garanzia dell'Italia digitale | Agenda garante dell'Italia digitale |
| 22 | Secondo il quadro della comunicazione pubblica che emerge dalla legge 150/2000 la struttura 'Ufficio stampa' si occupa di: | informazione di tipo istituzionale | comunicazione interna | comunicazione esterna |
| 23 | Il D.Lgs 97/2016 disciplina: | la revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche | il riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni | le modalità di accesso ai servizi erogati in rete dalle pubbliche amministrazioni |

| | | | | |
|----|---|--|---|--|
| 24 | La "Legge Stanca" relativa alle disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti digitali è promulgata in quale anno? | 2004 | 2003 | 2002 |
| 25 | Le linee guida sull'accessibilità degli strumenti informatici emanate da AGID attuano: | quanto riportato e contenuto nell'articolo 11 della Legge del 9 gennaio 2004, n. 4 e nella Direttiva UE 2016/2102, relativa all'accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici | nessuna delle altre affermazioni è corretta | quanto riportato e contenuto nell'articolo 11 della Legge del 9 gennaio 2004, n. 4 e nella Direttiva UE 2018/2107, relativa alla produzione dei contenuti dei siti web negli enti pubblici |
| 26 | Il Decreto Legislativo del 10 agosto 2018, n. 106 riguarda: | la riforma dell'attuazione della direttiva (UE) 2016/2102 relativa all'accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici | le disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici | il Codice dell'amministrazione digitale |
| 27 | Quali tra le seguenti leggi introduce nuove regole sulla trasparenza amministrativa e sancisce l'obbligatorietà della comunicazione pubblica? | la legge 142/1990 | la legge 152/1990 | la legge 162/1990 |
| 28 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, il Consiglio di Amministrazione è presieduto da: | Rettore | Presidente del Collegio dei Revisori dei conti | Direttore Generale |
| 29 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, il Rettore: | rappresenta l'Università e assicura l'unitarietà degli indirizzi espressi dagli Organi collegiali di governo | nessuna delle altre affermazioni è corretta | esercita funzioni di indirizzo strategico, di gestione e di controllo dell'attività amministrativa, finanziaria ed economico-patrimoniale dell'Ateneo |

| | | | | |
|----|--|---|--|---|
| 30 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, il Rettore è eletto: | fra i professori di ruolo di I fascia a tempo pieno, in servizio presso Università italiane | fra i professori di ruolo di I e II fascia a tempo pieno, in servizio presso Università italiane | fra i professori di ruolo di I e II fascia a tempo pieno, in servizio presso l'Università degli Studi di Bari Aldo Moro |
|----|--|---|--|---|

Prova n. 3

| N. | Domanda | A | B | C |
|----|--|---|--|---|
| 1 | Secondo la "teoria del proiettile magico o dell'ago ipodermico" (bullet theory) applicato alla comunicazione pubblica istituzionale: | il cittadino è inteso come un soggetto passivo influenzato e persuaso a aderire a valori e regole proprie dei sistemi governativi nazionali | il cittadino è inteso come un soggetto altamente attivo in grado di influenzare e persuadere le regole dei sistemi governativi nazionali | il cittadino è inteso come un soggetto attivo in grado di influenzare e orientare le decisioni delle PA |
| 2 | Il modello della "informazione negata": | descrive una visione della comunicazione delle istituzioni pubbliche secondo il paradigma di Weber | descrive una visione della comunicazione delle istituzioni pubbliche secondo il paradigma di Meyrowitz | descrive una visione della comunicazione delle istituzioni pubbliche secondo il paradigma di Newcombs |
| 3 | Il digital influencer: | è un opinion leader | è un newsmaker | è un gatekeeper |
| 4 | Quale tra i seguenti NON è un principio della burocrazia secondo Weber: | diffusione della responsabilità | riservatezza e segreto d'ufficio | osservanza delle regole |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| 5 | L'approccio del governo 2.0.: | ridefinisce il rapporto tra amministrazione e cittadino in un'ottica "wiki" | ridefinisce il rapporto tra amministrazione e cittadino in un'ottica top down | ridefinisce il rapporto tra amministrazione e cittadino in un'ottica bottom up |
| 6 | La comunicazione normativa: | comprende le attività comunicative con le quali le istituzioni rendono visibili i propri atti alla cittadinanza | riguarda la comunicazione sui servizi erogati dalle PA, per facilitarne la conoscenza, l'accesso, l'utilizzo da parte dei cittadini | ha l'obiettivo di promuovere l'immagine e curare la reputazione dell'istituzione pubblica |
| 7 | La comunicazione delle attività istituzionali: | riguarda la comunicazione dei compiti della PA come istituzione nella sua complessità ed interezza | riguarda la comunicazione sui servizi erogati dalle PA, per facilitarne la conoscenza, l'accesso, l'utilizzo da parte dei cittadini | ha l'obiettivo di promuovere l'immagine e curare la reputazione dell'istituzione pubblica |
| 8 | Con quale espressione inglese si indicano quelle notizie prodotte da fonti che inventano del tutto informazioni, disseminano contenuti ingannevoli e distorcono in maniera esagerata le notizie vere? | Fake news | Breaking news | Fake information |
| 9 | Le esperienze di partecipazione dei cittadini alla vita pubblica ed alla amministrazione dei beni comuni si definiscono public engagement quando: | sono frutto di una guida e di uno stimolo da parte delle istituzioni | sono l'esito di attività avviate spontaneamente dai cittadini | sono frutto di entrambe le spinte "top down" e "bottom up" |
| 10 | Il modello bidirezionale e circolare della comunicazione: | sposta l'attenzione dall'emittente agli effetti prodotti sul pubblico | sposta l'attenzione dal pubblico all'emittente | sposta l'attenzione dall'emittente al canale |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 11 | Con il termine “hybrid media system” si intende: | l'ibridazione tra media tradizionali e new media | l'ibridazione tra media sincroni ed asincroni | l'ibridazione tra contesti online ed offline |
| 12 | Quale tra le seguenti è una caratteristica distintiva della comunicazione pubblica istituzionale: | inclusività | persuasione | consenso |
| 13 | L'employer branding è: | una forma di comunicazione esterna finalizzata ad attrarre potenziali futuri collaboratori | una forma di comunicazione istituzionale finalizzata a comunicare i servizi alla cittadinanza | nessuna delle altre affermazioni è corretta |
| 14 | il Buzz Marketing connota la strategia di guerrilla marketing che: | incoraggia le persone a trasmettere un messaggio di marketing ad altri, creando il potenziale per una crescita esponenziale dell'esposizione e dell'influenza del messaggio | consente all'organizzazione di comunicare il proprio messaggio in modo discreto e sottile, senza rivelare apertamente di essere l'autore della comunicazione | consente di capitalizzare la consapevolezza, l'attenzione, la buona volontà e altri vantaggi, generati dall'associazione con un evento o una proprietà, senza che l'organizzazione abbia un collegamento ufficiale o diretto con quell'evento o proprietà |
| 15 | La brand recognition è un fenomeno di marketing riferito al più ampio concetto di: | brand awareness | brand imagination | brand sensitivity |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 16 | Nella definizione di una Customer Journey Map definire i touchpoint significa: | identificare tutti i punti di contatto che un cliente ha con il prodotto o servizio | ricordare che anche le emozioni giocano un ruolo importante nelle diverse fasi | utilizzare dati qualitativi e quantitativi per supportare le informazioni sulla Customer Journey Map |
| 17 | il Return on Debt (ROD) è: | il rapporto tra oneri finanziari e finanziamenti di terzi | Il rapporto tra capitale investito e profitto realizzato | il rapporto tra il reddito netto e il valore del capitale impiegato |
| 18 | In una strategia di digital analytics il social media engagement è: | la rappresentazione grafica dell'interazione dei fan con i contenuti | la rappresentazione grafica del comportamento degli utenti su una webpage | la rappresentazione grafica della percentuale di utenti che portano a compimento le conversazioni |
| 19 | Il tone of voice di un brand è: | lo stile comunicativo adottato | il piano editoriale ad esso associato | il monitoraggio dei suoi effetti sul pubblico |
| 20 | Che cosa si intende con l'acronimo ARAN? | Agenzia per la Rappresentanza Negoziata delle Pubbliche Amministrazioni | Agenzia delle Regioni e della Nazione delle Pubbliche Amministrazioni | Agenzia della Rappresentanza Nazionale delle Pubbliche Amministrazioni |
| 21 | Con la normativa FOIA (Freedom of Information Act) entrata in vigore con il DL 97/2016: | l'ordinamento italiano riconosce la libertà di accedere alle informazioni in possesso delle pubbliche amministrazioni come diritto fondamentale | l'ordinamento italiano protegge i dati sensibili dei cittadini | l'ordinamento italiano consente a tutti i cittadini di mettere in circolazione informazioni in possesso delle pubbliche amministrazioni come diritto fondamentale |

| | | | | |
|----|--|--|---|---|
| 22 | La Legge 124/2015 definisce: | le deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche | le disposizioni in materia di professioni non organizzate come quella dei comunicatori pubblici | le disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici |
| 23 | La "Direttiva Frattini" sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni è datata: | 2002 | 2003 | 2004 |
| 24 | Il Decreto Legislativo del 7 marzo 2005, n. 82 riguarda: | il codice dell'Amministrazione Digitale | le disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici | la riforma dell'attuazione della direttiva UE relativa all'accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici |
| 25 | La legge 675/1996 riguarda: | la tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali | le disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici | il Codice dell'amministrazione digitale |
| 26 | Quale tra i seguenti non è un livello di interazione di servizi online secondo le linee guida dei siti web della PA? | benchmarking | informazione | interazione a 2 vie |
| 27 | La fase di evoluzione della comunicazione pubblica in Italia definita "istituzionalizzazione" (2000-2002) a quale modello teorico è riconducibile? | comunicazione relazionale | comunicazione pluridirezionale e multilivello | comunicazione bidirezionale |

| | | | | |
|----|---|---|-----------------------------------|---|
| 28 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, il Senato Accademico è composto, fra l'altro, da: | cinque rappresentanti degli studenti | due rappresentanti degli studenti | quattro rappresentanti degli studenti |
| 29 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro chi rappresenta legalmente l'Università? | il Rettore | il Direttore Generale | il Presidente del Presidio di Qualità di Ateneo |
| 30 | Ai sensi dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, le funzioni di segretario verbalizzante del Consiglio di Amministrazione sono svolte: | dal Direttore Generale o da un suo delegato | dal Prorettore Vicario | dal Rettore |

In tutti i quesiti proposti la soluzione è la risposta alla lettera A.

È stata sorteggiata la prova n. 1.

Il Segretario della Commissione
Dott.ssa Marika PRUDENTINO