



Unimarconi
LA PRIMA UNIVERSITÀ
DIGITALE ITALIANA

Piano Comunicazione d'Ateneo

2022 - 2024



Introduzione

Il Piano di comunicazione è un documento che consente di programmare e definire le azioni e le iniziative di comunicazione in modo strategico e coerente con gli obiettivi delineati nel **Piano Strategico dell'Ateneo**.

Attraverso una pianificazione attenta e mirata delle attività di comunicazione, il Piano si prefigge di migliorare l'immagine dell'Ateneo, rafforzare la sua reputazione e aumentare la diffusione della conoscenza riguardante la sua missione, le attività e i servizi offerti nei diversi ambiti, quali la formazione, la ricerca, la terza missione, la governance e le infrastrutture.

Per raggiungere questi obiettivi, il Piano di Comunicazione deve tener conto dei principali destinatari e stakeholder coinvolti, nonché dei mezzi di comunicazione più efficaci e adatti a raggiungere il pubblico di riferimento.

Organizzazione e attività della comunicazione di Ateneo



Organizzazione e attività della comunicazione di Ateneo

L'Ufficio Comunicazione opera in diretta collaborazione con la Direzione di Ateneo e le diverse aree e strutture coinvolte (il Centro di Produzione Multimediale, la Direzione Marketing e l'Ufficio IT) e ha il compito di gestire le seguenti attività:

Sviluppare comunicazioni strategiche

Sviluppare comunicazioni strategiche, contenuti e campagne mirate per raggiungere i diversi target e supportare gli obiettivi prefissati.

Brand Awareness

Gestire e promuovere l'immagine coordinata e il brand per consolidare la reputazione e far conoscere i valori e l'identità dell'ateneo.

Project design and support

Supportare le Aree e le Strutture nell'ideazione e nella realizzazione di progetti e materiali destinati alla comunicazione.

Gestire i contenuti

Gestire i contenuti dei siti web istituzionali e dei canali social istituzionali, al fine di garantire una comunicazione coerente e efficace su tutte le piattaforme digitali.

Coordinare le attività di comunicazione

Coordinare le attività di comunicazione istituzionale al fine di garantire una comunicazione coerente e coordinata verso l'esterno.

Branded merchandise

Coordinare e realizzare i materiali di comunicazione istituzionale di Ateneo, declinandoli sui diversi target e sulle diverse esigenze comunicative.

Organizzazione di eventi di Ateneo

Supportare l'organizzazione di eventi di Ateneo e dipartimentali, al fine di favorire la partecipazione e l'interazione tra gli studenti, il personale accademico e la comunità esterna.

Il pubblico di riferimento

La comunicazione dell'Unimarconi si rivolge agli interessi e ai bisogni di differenti stakeholder:



Tutta la comunità accademica

Studenti, personale docente, di ricerca e tecnico-amministrativo

Potenziali studenti

Le famiglie di attuali e potenziali studenti

Le istituzioni scolastiche

La Cittadinanza

I Media

Laureati

Le imprese e professionisti

Le organizzazioni, gli enti pubblici e privati, anche internazionali.

Enti no-profit, fondazioni e consorzi

Gli Obiettivi del Piano di Comunicazione



Gli Obiettivi del Piano di Comunicazione

Gli obiettivi del piano di comunicazione 2022-2024 sono stati definiti partendo dagli obiettivi strategici definiti nel Piano Strategico di Ateneo 2022-2024 e dalle relative Linee di Intervento. In particolare, le linee di azione del PS sono state definite non solo rispetto ai tre settori fondamentali, Formazione, Ricerca e Terza Missione, ma anche con riferimento a Governo, Attrazione e Innovazione.

Linee d'Intervento

- Comunicare la missione distintiva di Unimarconi, valorizzando i risultati ottenuti per attrarre studenti e aziende
- Sviluppare la capacità di analizzare il mercato del lavoro per individuare i profili professionali da formare
- Incrementare le attività di comunicazione rivolte agli istituti scolastici per orientare, supportare e sviluppare le competenze nei ragazzi e docenti



				✔	
		✔		✔	
				✔	

Gli Obiettivi del Piano di Comunicazione

Gli obiettivi del Piano di comunicazione fanno riferimento al settore Attrattività, per il quale le linee di Intervento identificate dal Piano Strategico sono:

Attrazione (Ldl1)

Comunicare la missione distintiva di Unimarconi, valorizzando i risultati ottenuti per attrarre studenti e aziende. Incrementare le attività di comunicazione rivolte agli istituti scolastici per orientare, supportare e sviluppare le competenze nei ragazzi e docenti

Attrazione (Ldl2)

Incrementare le attività di comunicazione rivolti agli istituti scolastici per aiutare, supportare e sviluppare le competenze nei ragazzi e nei docenti.

Gli Obiettivi del Piano di Comunicazione

Obiettivi di Comunicazione

1

Rafforzare la riconoscibilità, il prestigio dell'Ateneo e promuovere l'offerta formativa

2

Attrarre nuovi studenti e incrementare la comunicazione con le scuole

3

Migliorare la comunicazione con gli studenti al fine di garantire una maggiore partecipazione e coinvolgimento

4

Promuovere e sensibilizzare su tematiche sociali e ambientali

5

Sviluppare e mantenere relazioni positive con i partner istituzionali, le aziende e le organizzazioni del mondo del lavoro

Azioni del Piano di Comunicazione



Azioni del Piano di Comunicazione



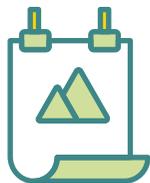
Realizzazione di specifiche campagne di comunicazione finalizzate alla promozione dell'offerta formativa, al posizionamento del brand ed al consolidamento dell'immagine e della reputazione dell'Ateneo.



Implementazione di attività di recruiting efficaci per attrarre studenti



Sviluppo di un Piano di Comunicazione che mira a migliorare l'engagement degli utenti, aumentare la visibilità dell'ateneo e fornire un'informazione efficace e tempestiva ai suoi stakeholder



Realizzazione di nuovi materiali promozionali e video istituzionali da utilizzare in occasioni di campagne promozionali, fiere, eventi e altre iniziative.

Azioni del Piano di Comunicazione



Creazione di un Merchandising di Ateneo



Nascita dell'associazione Alumni che riunisce studenti e laureati dell'ateneo e promuove attività di networking, eventi e scambi di conoscenze tra i suoi membri.



Creazione di un blog di ateneo al fine di offrire un ulteriore punto di accesso e conoscenza dell'Ateneo e per condividere notizie, informazioni e contenuti di interesse scritte da studenti e laureati.



Realizzare attività e iniziative volte a promuovere la consapevolezza e l'impegno su tematiche ambientali e sociali



Aumentare attività di pubbliche relazioni

Gli Obiettivi del Piano di Comunicazione



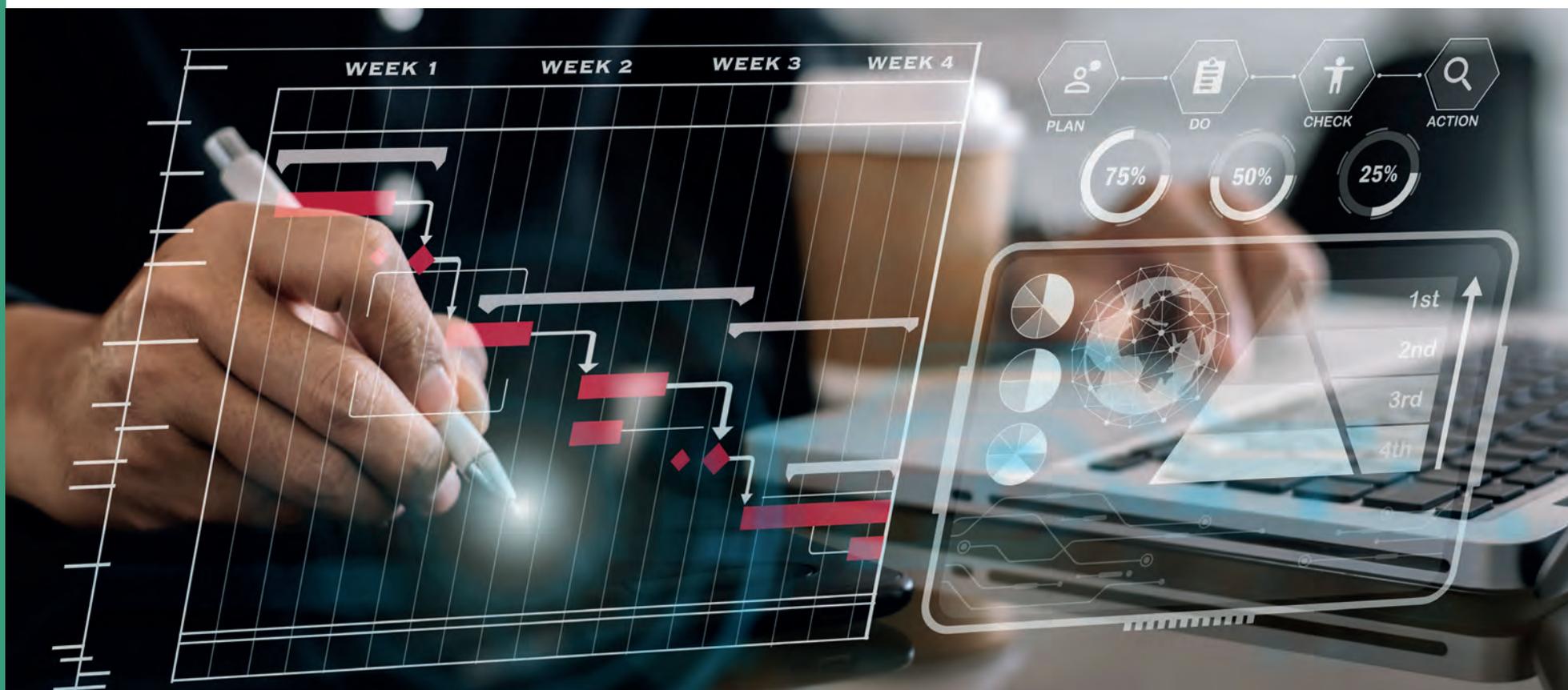
Linee d'Intervento

Realizzazione di specifiche campagne di comunicazione finalizzate alla promozione dell'offerta formativa, al posizionamento del brand ed al consolidamento dell'immagine e della reputazione dell'Ateneo.	✓	✓		✓	
Implementazione di attività di recruiting efficaci per attrarre studenti	✓	✓			
Sviluppo di un Piano di Comunicazione che mira a migliorare l'engagement degli utenti, aumentare la visibilità dell'ateneo e fornire un'informazione efficace e tempestiva ai suoi stakeholder			✓		✓
Realizzazione di nuovi materiali promozionali e video istituzionali da utilizzare in occasioni di campagne promozionali, fiere, eventi e altre iniziative.	✓	✓	✓	✓	✓
Creazione di un Merchandising di Ateneo	✓		✓		
Nascita dell'associazione Alumni che riunisce studenti e laureati dell'ateneo e promuove attività di networking, eventi e scambi di conoscenze tra i suoi membri.			✓		
Creazione di un blog di ateneo al fine di offrire un ulteriore punto di accesso e conoscenza dell'Ateneo e per condividere notizie, informazioni e contenuti di interesse scritte da studenti e laureati.	✓		✓		
Realizzare attività e iniziative volte a promuovere la consapevolezza e l'impegno su tematiche ambientali e sociali				✓	
Aumentare attività di pubbliche relazioni	✓				✓

Aggiornamento del Piano Di Comunicazione

Il Piano di Comunicazione viene costantemente aggiornato e adeguato alle esigenze e alle evoluzioni del contesto socio-economico e culturale, in modo da rimanere sempre al passo con i cambiamenti e le sfide del panorama universitario nazionale e internazionale.

L'efficacia delle azioni intraprese sono valutate dagli Organi di Governo (nella fase di Riesame del Sistema di Governo,AVA3) attraverso una attenta analisi dei risultati ottenuti alla fine di ogni biennio.





Università degli Studi Guglielmo Marconi
Via Plinio, 44 - 00193 Roma