



**Unimarconi**  
LA PRIMA UNIVERSITÀ  
DIGITALE ITALIANA

# Piano Comunicazione d'Ateneo

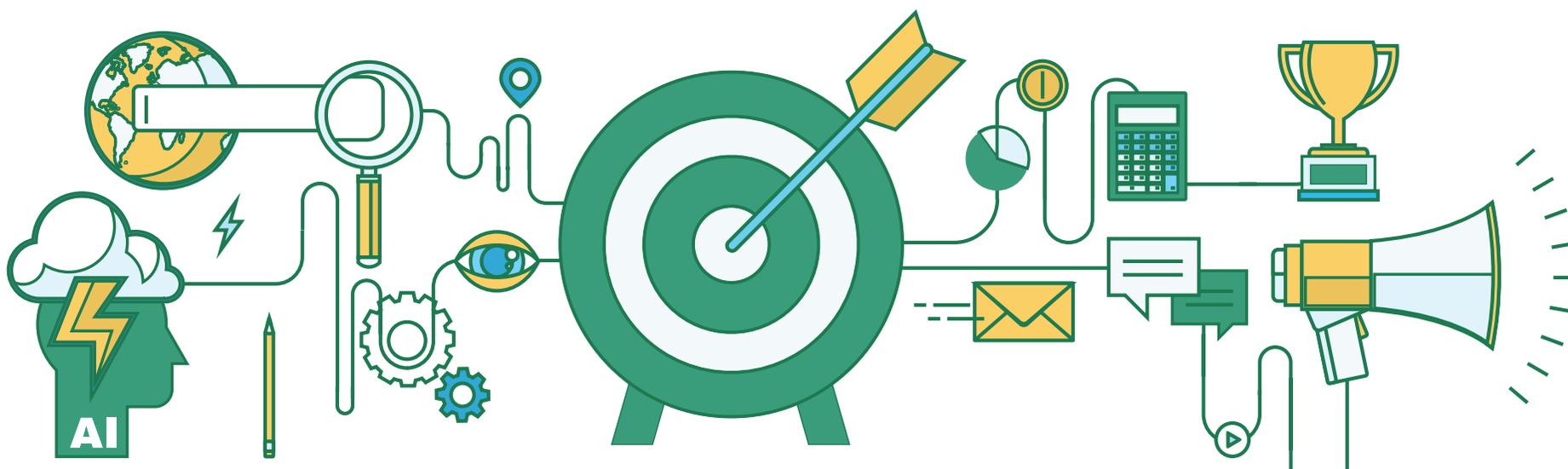
2024-2026



# Introduzione

Il Piano di Comunicazione 2024-2026 è un documento strategico che consente di programmare e definire le azioni e le iniziative di comunicazione in modo coerente con gli obiettivi delineati nel Piano Strategico dell'Ateneo dell'Università degli Studi Guglielmo Marconi (UniMarconi).

In linea con le indicazioni della governance, mira a consolidare l'identità dell'Ateneo, rafforzare la reputazione e promuovere le attività accademiche e culturali, con particolare attenzione all'innovazione tecnologica, all'inclusione e all'internazionalizzazione.



# 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.

## Multicanalità e approccio sistemico

Creazione di una rete di touchpoint (web, social media, eventi, newsletter) per garantire un dialogo costante con i diversi pubblici.

# 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 2024-2026 sono stati definiti partendo dagli obiettivi strategici definiti nel Piano Strategico di Ateneo 2024-2026 e dalle relative linee di Intervento.

## Didattica

AS/D-OB1: Migliorare la qualità e l'efficacia della didattica	Obiettivo 2
AS/D-OB2: Sostenere la pluralità e la flessibilità dell'offerta formativa	Obiettivo 2
AS/D-OB3: Migliorare la sinergia tra didattica, ricerca e mondo delle professioni	Obiettivo 1
AT/D/Inn: Creare ambienti di apprendimento innovativi e sfidanti garantendo una formazione centrata su temi emergenti	Obiettivo 1
AT/D/Inc: Favorire l'inclusione di soggetti che per varie ragioni risultano esclusi dall'istruzione superiore rafforzando l'integrazione nella comunità universitaria	Obiettivo 4, 5
AT/D/Inn: Rafforzare la dimensione internazionale della didattica erogata dall'Ateneo	Obiettivo 1, 3

## Ricerca

AS/R-OB1: Rafforzare la qualità della ricerca	Obiettivo 1, 2
AS/R-OB2: Favorire lo svolgimento delle attività di ricerca	
AS/R-OB3: Valorizzare il sistema di formazione post-lauream	Obiettivo 1, 2
AT/R/Inn: Promuovere la ricerca innovativa	Obiettivo 2
AT/R/Inc: Rafforzare le politiche inclusive dell'Ateneo	Obiettivo 4
AT/R/Inn: Rafforzare le collaborazioni internazionali nell'ambito della ricerca e la capacità attrattiva nei confronti di ricercatori stranieri	Obiettivo 1, 3

## Terza missione

AS/TM-OB1: Promuovere azioni di divulgazione scientifica e culturale	Obiettivo 1, 2
AS/TM-OB2: Contribuire allo sviluppo sociale ed economico del territorio	Obiettivo 4
AT/TM/Inn: Diffondere la cultura dell'innovazione, della sostenibilità e dell'imprenditorialità nella società civile	Obiettivo 4, 5
AT/TM/Inc: Rafforzare l'impegno dell'Ateneo nella promozione di una cultura inclusiva	Obiettivo 1, 3
AT/TM/Inn: Potenziare il rapporto con il territorio in un'ottica internazionale	Obiettivo 3

### Legenda

AS/D	Ambiti strategici Didattica
AS/R	Ambiti strategici Ricerca
AS/TM	Ambiti strategici Terza missione / Impatto sociale
AT/Inn	Innovazione
AT/Inc	Inclusione
AT/Int	Internazionalizzazione
	<b>Obiettivi Comunicazione</b>

# Gli Obiettivi del Piano di Comunicazione

## Ob. 1

### Consolidare il Brand UniMarconi

- ◉ *Posizionare UniMarconi come leader nella formazione digitale e nell'innovazione accademica.*
- ◉ *Incrementare visibilità e attrattività del brand a livello nazionale e internazionale.*
- ◉ *Rafforzare il dialogo con stakeholder chiave: comunità accademica, istituzioni e aziende.*

## Ob. 2

### Promuovere l'Offerta Formativa e la Ricerca

- ◉ *Valorizzare corsi di laurea, master, microcredenziali e dottorati attraverso campagne mirate.*
- ◉ *Comunicare i risultati della ricerca per evidenziare il contributo accademico di UniMarconi.*

## Ob. 3

### Incrementare l'Internazionalizzazione

- ◉ *Attrarre studenti internazionali con corsi in inglese, partnership e programmi di mobilità.*
- ◉ *Rafforzare la presenza di UniMarconi nei mercati internazionali attraverso la partecipazione ad eventi e campagne mirate.*

# Gli Obiettivi del Piano di Comunicazione

**Ob. 4**

## Comunicare la Terza Missione e l'Impatto Sociale

- *Promuovere UniMarconi come promotore di innovazione sociale, culturale ed economica.*
- *Comunicare l'impegno dell'Ateneo verso sostenibilità, inclusione e responsabilità sociale.*

**Ob. 5**

## Potenziare l'Engagement Digitale

- *Sfruttare tecnologie digitali per migliorare la comunicazione con studenti e stakeholder.*
- *Incrementare interazione e fidelizzazione attraverso contenuti di valore e piattaforme integrate.*

# Azioni del Piano di Comunicazione



# Azioni del Piano di Comunicazione

**1**

## Consolidare il Brand UniMarconi

### ○ Sito Web e Brand Identity:

- *Creazione di un sito multilingue, ottimizzato per SEO e mobile-friendly.*
- *Definizione di linee guida ufficiali per: utilizzo logo, concessione del patrocinio e gestione spazi di Ateneo.*

### ○ Campagne Multicanale:

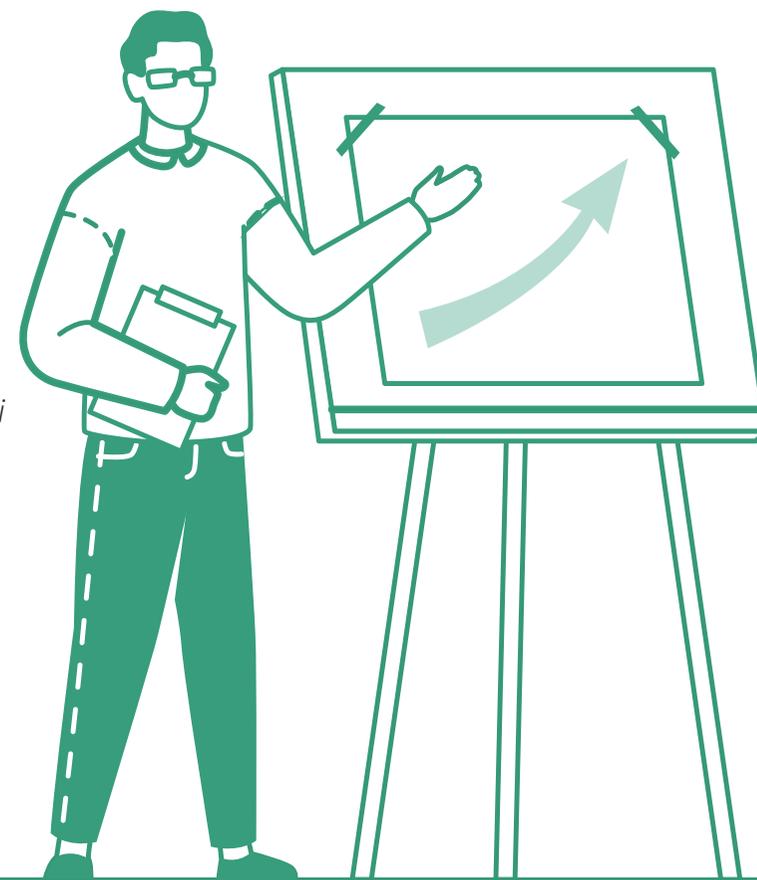
- *Digital: Pubblicità su Google Ads, Meta Ads, LinkedIn e TikTok.*
- *Offline: Affissioni, spot TV e radio per una copertura strategica.*

### ○ Produzione di Contenuti Istituzionali:

- *Realizzazione di un video istituzionale che racconti i valori e la missione di UniMarconi.*
- *Materiali grafici e audiovisivi per eventi e campagne promozionali.*

### ○ Media Relations ed Eventi:

- *Collaborazioni con testate nazionali e internazionali per articoli e interviste.*
- *Organizzazione di eventi in partnership con aziende leader nei settori tecnologico, culturale e sociale.*



# Azioni del Piano di Comunicazione

## 2

### Promuovere l'Offerta Formativa e la Ricerca

#### ● Campagne Digitali:

- *Annunci sponsorizzati su Google e Meta per promuovere l'offerta formativa*
- *Remarketing per aumentare il tasso di conversione dei lead acquisiti.*

#### ● Orientamento e Open Day:

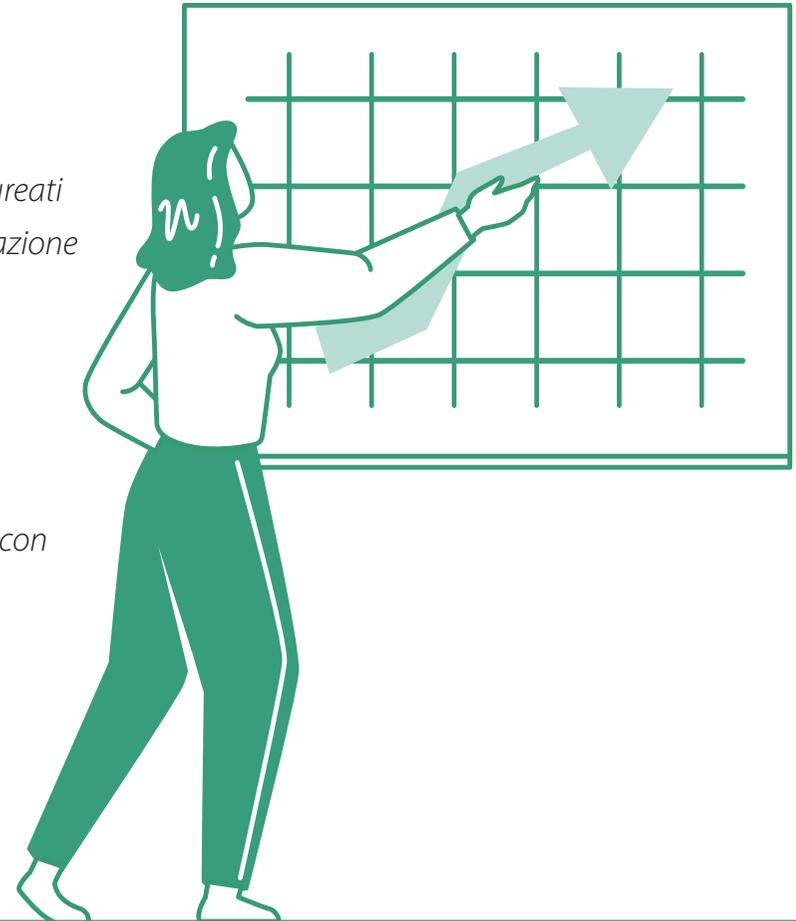
- *Organizzazione di open day virtuali e testimonianze di studenti e laureati*
- *Rafforzamento delle attività di orientamento nelle scuole e partecipazione ai saloni dello studente.*

#### ● Produzione di Contenuti Multimediali:

- *Creazione di video, podcast e infografiche sui vantaggi dell'offerta formativa e sui servizi attivi (focus su orientamento, recruiting, parla con noi ecc).*
- *Storytelling con case study di alumni di successo.*

#### ● Newsletter e Comunicazioni Periodiche:

- *Invio di aggiornamenti regolari su eventi, news, ricerca e servizi dell'Ateneo.*



# Azioni del Piano di Comunicazione

## 3

### Incrementare l'Internazionalizzazione

- **Lancio di lauree e master in inglese**
  - *Lancio di lauree e master in inglese per mercati strategici (Asia, Sud America, Africa), attraverso l'attivazione di campagne digitali mirate.*
- **Partecipazione a Fiere e Eventi Internazionali**
- **Studentato Internazionale e Summer School**
  - *Offerta di corsi intensivi estivi per attrarre studenti stranieri.*

## 4

### Comunicare la Terza Missione e l'Impatto Sociale

- **Conferenze, workshop e seminari aperti al pubblico su temi di innovazione sociale, inclusione e sostenibilità.**
- **Partnership con istituzioni pubbliche e private per progetti di impatto sociale e territoriale.**
- **Career Connections: Eventi di networking con aziende leader e testimonial di prestigio.**
- **Contenuti Educativi: Articoli e video per promuovere il ruolo di UniMarconi nello sviluppo culturale e sociale.**

# Azioni del Piano di Comunicazione

## 5

### Potenziare l'Engagement Digitale

- Chatbot Intelligenti: Implementazione di assistenti virtuali
- Creazione e gestione di gruppi online per rafforzare il dialogo tra studenti
- Coinvolgimento della Comunità accademica con Challenge sui social media e per il blog ufficiale.
- Piattaforma Demo: Accesso gratuito a Myunimarconi e ad una lezione per consentire un'esperienza diretta del metodo UniMarconi.



# Monitoraggio e Valutazione

## Web Analytics:

Analisi del traffico sul sito, del tempo di permanenza e del tasso di conversione.

## Immatricolazioni:

Monitoraggio del numero di iscrizioni generate dalle campagne attive.

## Engagement Digitale:

Valutazione delle interazioni sui social media e analisi del sentiment.

## Customer Feedback:

Rilevazione e analisi delle opinioni degli studenti per ottimizzare servizi e strategie.

# 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