Unimarconi
LA PRIMA UNIVERSITÀ
DIGITALE ITALIANA

Piano Comunicazione d'Ateneo

2024-2026

monitoraggio settembre 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.

Il Piano 2024-2026 è stato aggiornato nel 2025 al fine di identificare per ciascun obiettivo, le azioni previste, il set degli indicatori da monitorare annualmente con i relativi target.

Organizzazione e attività della comunicazione di Ateneo

Organizzazione e attività della comunicazione di Ateneo

Gli Uffici dell'Area Comunicazione operano in diretta collaborazione con la Direzione e le diverse aree e strutture coinvolte di Ateneo 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

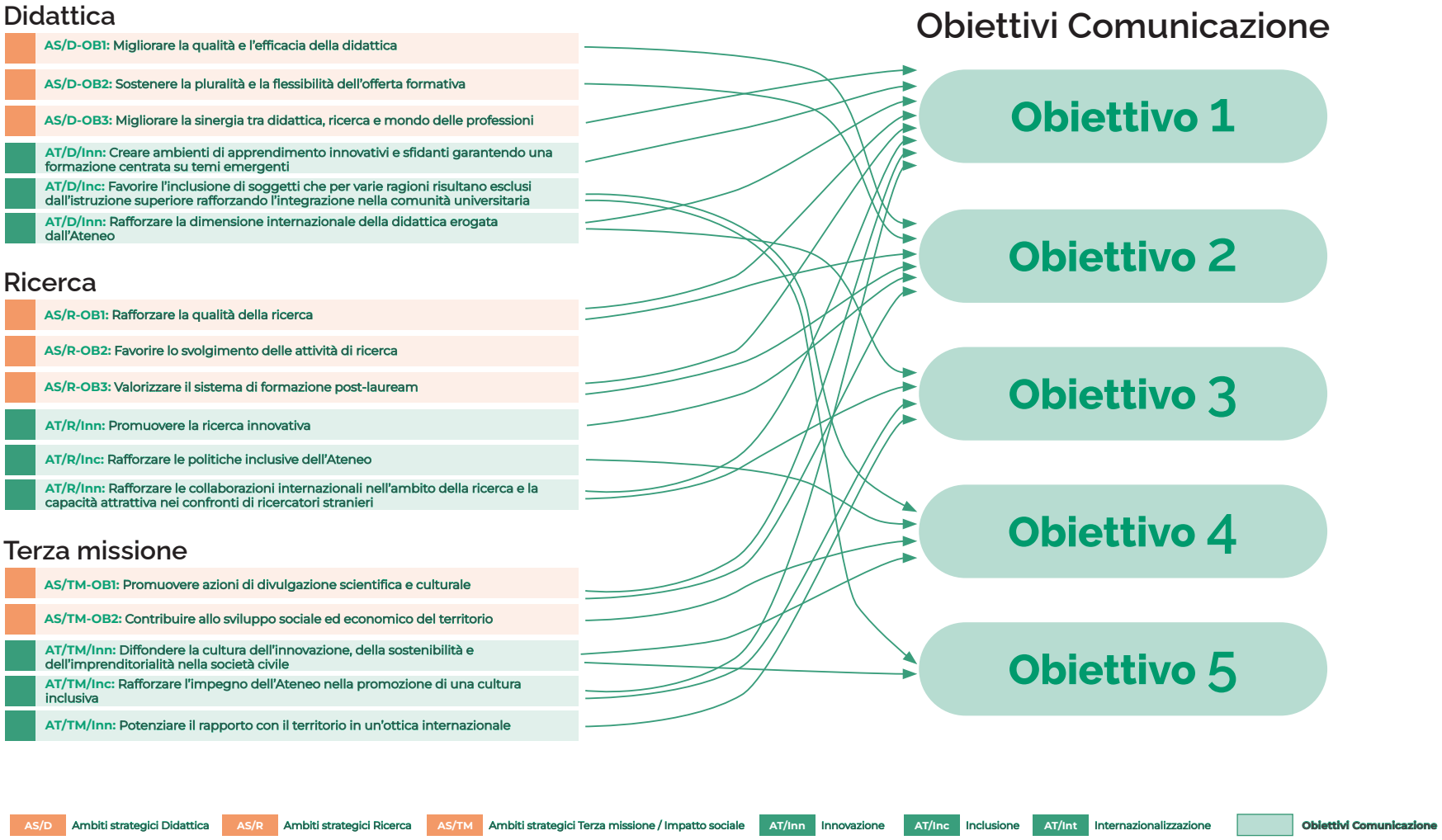
La comunicazione dell'Unimarconi si rivolge agli interessi e ai bisogni di differenti stakeholder:

- **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.



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.

Campagne Multicanale:

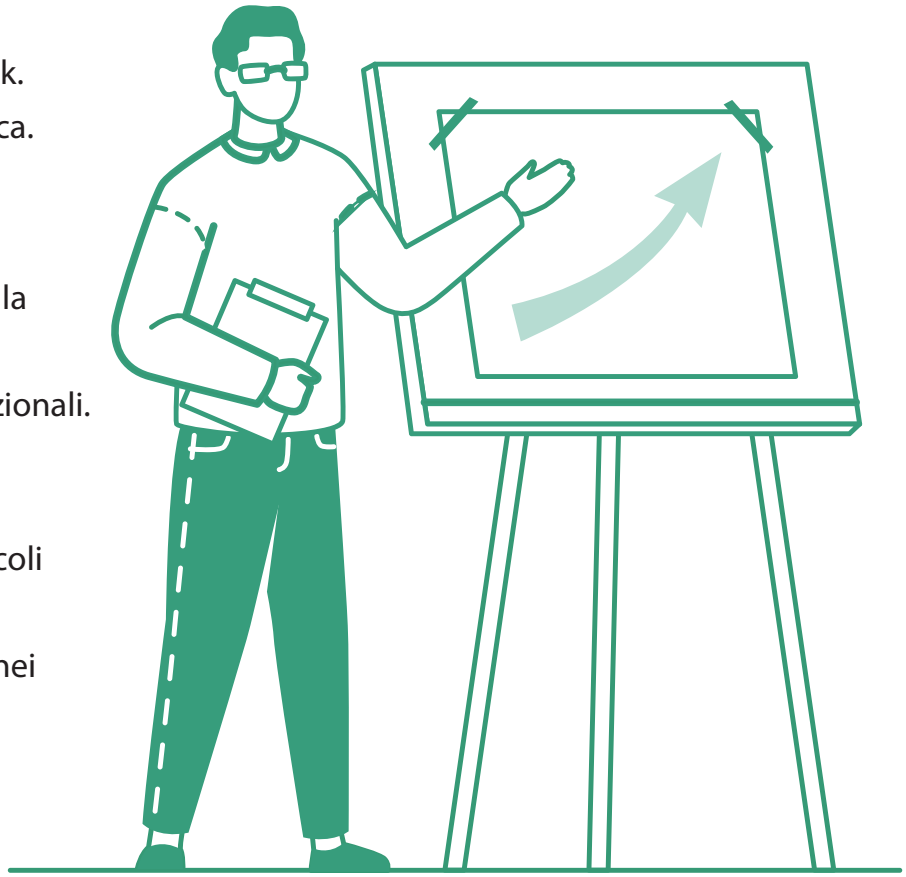
- Digital: Pubblicità su Google Ads, Meta Ads, LinkedIn e TikTok.
- Offline: Affissioni, spot TV e radio per una copertura strategica.

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

Orientamento e Open Day:

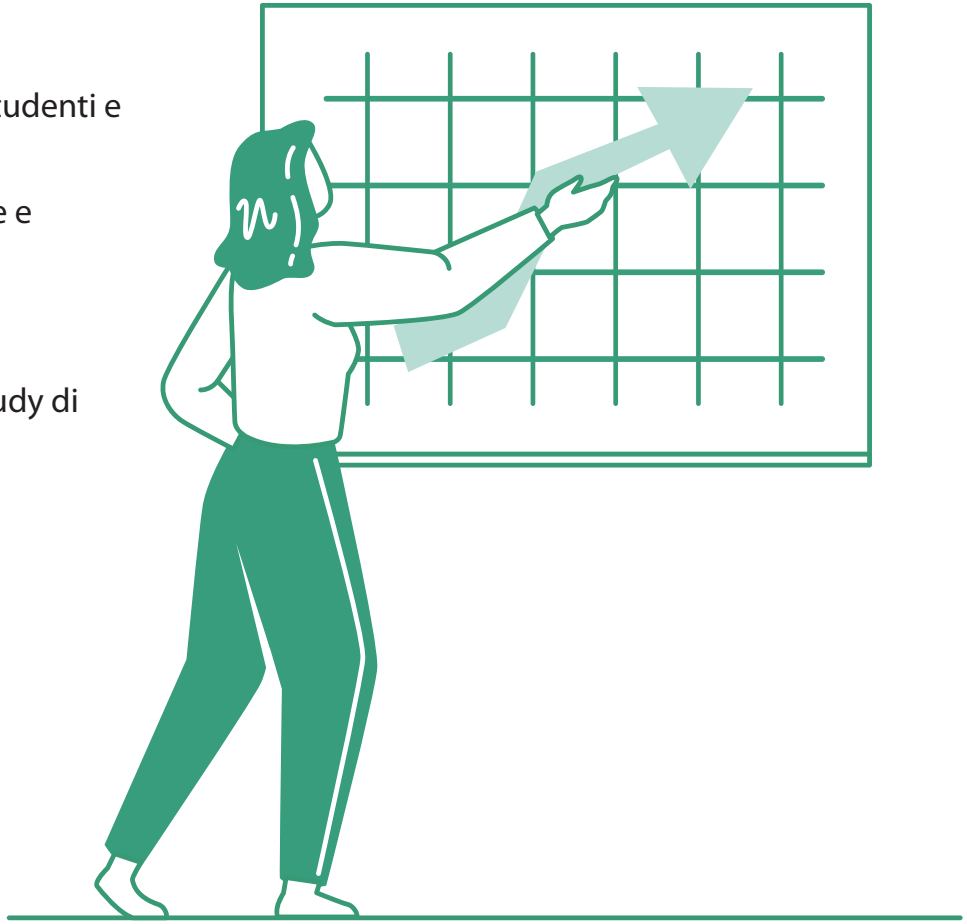
- Organizzazione di open day virtuali e testimonianze di studenti e laureati
- Rafforzamento delle attività di orientamento nelle scuole e partecipazione ai saloni dello studente.

Produzione di Contenuti Multimediali:

- Creazione di video, infografiche 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

Erasmus+

- Valorizzare il programma Erasmus+ come opportunità concreta di mobilità, scambio culturale e arricchimento del percorso accademico. Azioni di comunicazione: campagne informative , testimonianze di studenti, incoming e outgoing, international mobility week.

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 è oggetto di monitoraggio annuale e rappresenta una fonte documentale ai fini del Riesame del Sistema di Governo.
L'Efficacia delle azioni intraprese è quindi valutata periodicamente prevedendo inoltre, se necessario, un aggiornamento delle azioni o dei target.

Tabella Obiettivi – Azioni – Indicatori – Risultati – Responsabili

Obiettivo strategico	Azioni previste	Indicatori (KPI)	Risultati A.A. 2024/2025	Target A.A. 2025/2026	Esito	Responsabili
1. Consolidare il Brand UniMarconi	• Creazione e gestione di gruppi online per rafforzare il dialogo tra studenti • Campagne Multicanale: – Digital: Pubblicità su Google Ads, Meta Ads, LinkedIn e TikTok. – Offline: Affissioni, spot TV e radio per una copertura strategica. • 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.	Traffico al sito	1.058.488 traffico	+10% traffico	Stabile	Area Comunicazione; Area Futuro studente; Dipartimenti.
		Richieste di informazioni (lead)	34.280 lead	nuovo indicatore	Superato	
		Numero iscritti	14.346 n. iscritti	+10% iscritti	Raggiunto	
2. Promuovere l'offerta formativa e la ricerca	• Campagne digitali su corsi e master • Open day e orientamento • Contenuti multimediali e storytelling alumni • Newsletter periodiche	Numero iscritti CDL	11.331 CDL	+10% iscritti	Raggiunto parzialmente	Area Comunicazione; Dipartimenti; Orientamento in entrata; Area Futuro Studente; Area Post lauream.
		Numero iscritti Master	1.438 Master	+10% iscritti	Raggiunto	
		Numero di open day	5	Open Day: 6	Raggiunto	
		N. saloni partecipato	7	A cui parteciperemo: 7/8	Raggiunto	
3. Incrementare l'internazionalizzazione	• 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 • Erasmus+ · Campagne informative · Testimonianze di studenti incoming e outgoing · International mobility week	Studenti internazionali iscritti	565 n. iscritti	+5% iscritti	Raggiunto	Area ricerca e sviluppo e relazioni internazionali; Area Comunicazione.
		N. saloni internazionali a cui abbiamo partecipato	2 n. saloni	3 Saloni	Non raggiunto	
		Studenti in mobilità	39 Outgoing 11 Incoming	+5% Studenti	Non raggiunto	
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.	Numero eventi di Terza Missione	78	+10%	Raggiunto	Dipartimenti; Area 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	Attivazione chatbot	1 Master	2	Raggiunto	Area IT; Area Comunicazione; Area Futuro Studente.
		Demo piattaforma	n.c.	Attivazione demo piattaforma	Raggiunto	
		Contest realizzati	1	2	Raggiunto	
		Numero di contributi pubblicati blog	52	+5%	Non raggiunto	

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