

SCHEDA PROGETTO

TITOLO DELL'ATTIVITÀ DI PROGETTO

Esperto in Pubbliche Relazioni di PRIMA presso il Centro Servizi di Ateneo Santa Chiara Lab

SOGETTO PROPONENTE

Il Delegato del Rettore al Centro Servizi di Ateneo Santa Chiara Lab

OBIETTIVI/FINALITÀ: descrizione dell'attività di progetto

DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ E DELLA REPUTAZIONE del Programma PRIMA:

- Raccogliere casi di successo di ricerca e innovazione finalizzati all'elaborazione di una specifica identità del programma PRIMA;
- Confrontare i casi di articoli 185 Trattato dell'Unione Europea (TFEU) solo a titolo esemplificativo EDCTP 2, EUROSTARS, EMPIR, Active and Assisted Living (AAL) con altri simili e valutare gli effetti di altri programmi su Agro-food (benchmarking);
- Diffondere e condividere gli elementi identitari e reputazionali di PRIMA attraverso la definizione di una platea di stakeholder fatta, sia di esperti del settore, che semplici operatori interessati;
- Elaborare messaggi chiari circa l'importanza dell'iniziativa sia a livello nazionale che internazionale;
- Elaborare strategie di comunicazione;
- Data Analsys rispetto alle attività di PRIMA.

PROGETTAZIONE E GESTIONE DI UN PIANO DI RELAZIONI ESTERNE:

- Definire gli obiettivi del piano in coerenza con gli obiettivi e l'immagine di PRIMA;
- Identificare ed ingaggiare costantemente gli stakeholder del settore Agro-Food;
- Definire contenuti comunicativi specifici per ogni tipo di target;
- Ideazione e realizzazione di Pubbliche Relazioni differenti in base allo specifico mezzo di comunicazione utilizzando, solo a titolo esemplificativi, televisione, cinema, radio, mezzi multimediali, mezzi pubblicitari, stampa, incontri pubblici, eventi privati, media digitali, social media, social network.

RESPONSABILE dell'attività di progetto

Prof.ssa Alessandra Viviani, Responsabile Scientifico Progetto IT4PRIMA

Il Responsabile dell'attività oggetto della collaborazione garantisce il rispetto delle modalità di espletamento della collaborazione stessa, al solo fine di valutare la rispondenza del risultato con quanto richiesto e la sua funzionalità rispetto agli obiettivi prefissati

DURATA:

12 MESI

REQUISITI/COMPETENZE RICHIESTE:

- Laurea magistrale;
- Comprovata esperienza nel settore delle relazioni pubbliche fra enti pubblici e privati (almeno 5 anni di esperienza);
- Iscrizione all'albo dei giornalisti;
- Capacità di lavorare e coordinare gruppi multidisciplinari e internazionali;
- Ottima conoscenza della lingua inglese scritta e parlata;
- Ottima conoscenza di strumenti informatici.

Eventuale descrizione dell'ATTIVITÀ COMPLESSIVA: di progetto (Obiettivo/Finalità)

DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ E DELLA REPUTAZIONE del Programma PRIMA:

- Raccogliere casi di successo di ricerca e innovazione finalizzati all'elaborazione di una specifica identità del programma PRIMA;
- Confrontare i casi di articoli 185 Trattato dell'Unione Europea (TFEU) solo a titolo esemplificativo EDCTP 2, EUROSTARS, EMPIR, Active and Assisted Living (AAL) con altri simili e valutare gli effetti di altri programmi su Agro-food (benchmarking);
- Diffondere e condividere gli elementi identitari e reputazionali di PRIMA attraverso la definizione di una platea di stakeholder fatta, sia di esperti del settore, che semplici operatori interessati;
- Elaborare messaggi chiari circa l'importanza dell'iniziativa sia a livello nazionale che internazionale;
- Elaborare strategie di comunicazione;
- Data Analysys rispetto alle attività di PRIMA.

PROGETTAZIONE E GESTIONE DI UN PIANO DI RELAZIONI ESTERNE:

- Definire gli obiettivi del piano in coerenza con gli obiettivi e l'immagine di PRIMA;
- Identificare ed ingaggiare costantemente gli stakeholder del settore Agro-Food;
- Definire contenuti comunicativi specifici per ogni tipo di target;
- Ideazione e realizzazione di Pubbliche Relazioni differenti in base allo specifico mezzo di comunicazione utilizzando, solo a titolo esemplificativi, televisione, cinema, radio, mezzi multimediali, mezzi pubblicitari, stampa, incontri pubblici, eventi privati, media digitali, social media, social network.

Dovranno essere indicate le fasi/sottofasi e i tempi di realizzazione dell'attività (arco di tempo complessivo). Si richiede di prevedere i tempi di realizzazione anche per le fasi dell'attività che si estendono oltre l'anno, anche se in modo meno puntuale. Nell'ultima colonna devono essere indicati i risultati che si intende raggiungere per ciascuna fase. Il numero delle fasi deve essere proporzionato alla durata dell'incarico di collaborazione.

	DESCRIZIONE FASI E SOTTOFASI dell'attività di progetto	Tempi di realizzazione (n. mesi)	Obiettivi delle singole fasi
	Esperto in Pubbliche Relazioni di PRIMA	12	
	SOTTOFASI		
1	DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ E DELLA REPUTAZIONE del Programma PRIMA	6	<ul style="list-style-type: none"> - Raccogliere casi di successo di ricerca e innovazione finalizzati all'elaborazione di una specifica identità del programma PRIMA; - Confrontare i casi di articoli 185 Trattato dell'Unione Europea (TFEU) solo a titolo esemplificativo EDCTP 2, EUROSTARS, EMPIR, Active and Assisted Living (AAL) con altri simili e valutare gli effetti di altri programmi su Agro-food (benchmarking); - Diffondere e condividere gli elementi identitari e

			<p>reputazionali di PRIMA attraverso la definizione di una platea di stakeholder fatta, sia di esperti del settore, che semplici operatori interessati;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborare messaggi chiari circa l'importanza dell'iniziativa sia a livello nazionale che internazionale; - Elaborare strategie di comunicazione; - Data Analysys rispetto alle attività di PRIMA.
2	<p>PROGETTAZIONE E GESTIONE DI UN PIANO DI RELAZIONI ESTERNE</p>	6	<ul style="list-style-type: none"> - Definire gli obiettivi del piano in coerenza con gli obiettivi e l'immagine di PRIMA; - Identificare ed ingaggiare costantemente gli stakeholder del settore Agro-Food; - Definire contenuti comunicativi specifici per ogni tipo di target; - Ideazione e realizzazione di Pubbliche Relazioni differenti in base allo specifico mezzo di comunicazione utilizzando, solo a titolo esemplificativi, televisione, cinema, radio, mezzi multimediali, mezzi pubblicitari, stampa, incontri pubblici, eventi privati, media digitali, social media, social network.
3			
4			

12

DURATA complessiva dell'attività (giorni/mesi)