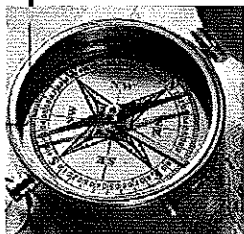




Università degli Studi di Pavia
Area Comunicazione e Relazioni Esterne

ATTIVITÀ PER L'ANNO 2012



Novembre 2011



Sommario

ATTIVITÀ PER L'ANNO 2012	1
1 OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE 2011-2013	1
2 OBIETTIVI 2012: ATTRARRE UN NUMERO CRESCENTE DI STUDENTI STRANIERI	1
3 OBIETTIVI 2012: MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE CON GLI STUDENTI E L'UTENZA	2
4 OBIETTIVI 2012: PROMUOVERE L'ATENEO PRESSO I LAUREATI E IL TERRITORIO	4
5 OBIETTIVI 2012: FAR CRESCERE LA REPUTAZIONE DI PAVIA COME RESEARCH UNIVERSITY	5
6 PESI DELLE MACROATTIVITÀ	7
7 COSTI PREVISTI.....	8
8 TEMPI DI REALIZZAZIONE.....	10



1 OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE 2011-2013

Gli obiettivi di comunicazione che vengono proposti per il triennio 2011-2013, e che sono illustrati dal Piano di comunicazione 2011-2013, riguardano sia il miglioramento delle attività di comunicazione, al fine di raggiungere standard ottimali, sia specifiche azioni di potenziamento dei pubblici di riferimento. Tali obiettivi sono:

- 1 attrarre un numero crescente di studenti stranieri
- 2. migliorare la comunicazione con gli studenti e l'utenza
- 3. rafforzare i rapporti con il territorio e il senso di appartenenza dei laureati
- 4. far crescere la reputazione di Pavia come *Research University*.

2 OBIETTIVI 2012: ATTRARRE UN NUMERO CRESCENTE DI STUDENTI STRANIERI

Negli ultimi anni, grazie anche all'attivazione di corsi di laurea in lingua inglese, l'ateneo di Pavia ha visto crescere il numero di studenti stranieri, soprattutto per il secondo e il terzo livello di studio. Tale attrattività è rafforzata dall'esistenza di un campus universitario con ottime possibilità di residenzialità in collegio e di servizi per lo sport e il tempo libero. Gli studenti stranieri che attualmente scelgono Pavia provengono da aree quali il Medio oriente, Africa, America latina, Europa dell'est e, in maniera discontinua, Cina. Per potenziare i rapporti con questi paesi e migliorare la comunicazione con gli studenti stranieri, si rende necessario predisporre materiali di comunicazione specifici, curare l'aggiornamento in tempo reale del sito in inglese e delle pagine in cinese e arabo al momento esistenti, pianificare la partecipazione a fiere internazionali all'estero, garantire (a fianco del welcome point) la presenza di personale in grado di informare, accogliere, indirizzare gli studenti stranieri.

Azioni:

- progettazione del materiale di comunicazione in lingua inglese, cinese, araba, spagnola e russa
- presenza su portali internazionali che promuovono atenei con corsi di laurea in lingua inglese
- aggiornamento quotidiano e ampliamento della versione inglese del sito e delle pagine in cinese e arabo
- realizzazione - attraverso UCampus la webradiotv dell'Università - di video di presentazione dell'Ateneo, da caricare anche sul portale
- creazione di una sezione international nella newsletter di Ateneo
- progettazione dello stand e dei materiali in esposizione nelle fiere all'estero.

Budget: le spese per la produzione di materiale in lingua straniera sono ora sostenute dall'area comunicazione e, in parte dalle relazioni internazionali. Anche i singoli corsi di laurea hanno però a disposizione finanziamenti per la produzione di materiale. Necessita un coordinamento. I costi di UCampus sono sostenuti dall'area comu-



nicazione, il personale che vi opera è finanziato dall'esterno. Le spese relative alla presenza sui portali internazionali sono sostenute dall'area Comunicazione.

Strutture coinvolte: area Comunicazione e Relazioni esterne; servizio relazioni internazionali, area Didattica e servizi agli studenti (URP, Erasmus, segreteria studenti), Dipartimenti che propongono corsi di laurea in lingua inglese.

Obiettivi e azioni	Correlazione con obiettivi strategici	anno		
		2011	2012	2013
1) attrarre un numero crescente di studenti stranieri	1, 2, 3, 6			
1.1.materiale di comunicazione in lingua				
1.2 presenza sui portali internazionali				
1.3 aggiornamento e mantenimento sito in lingue straniere				
1.4 video di presentazione in inglese				
1.5 newsletter sezione International				
1.6. stand e materiali per fiere				

3 OBIETTIVI 2012: MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE CON GLI STUDENTI E L'UTENZA

Comunicazione esterna - Gli studenti sono i principali utenti dell'università, destinatari dell'attività didattica: è fondamentale raggiungerli, informarli e interessarli, sia nel momento della scelta dell'università che durante l'intero loro percorso di studi.

È importante introdurre – accanto ai quelli tradizionali - strumenti di comunicazione rapidi, efficaci, a basso costo, il cui uso sia familiare agli studenti. Strumenti che, soprattutto durante il percorso di studi, limitino il più possibile la presenza agli sportelli. L'Università di Pavia ha aperto nel luglio 2011 un profilo Facebook e Twitter istituzionali, per dialogare con gli studenti: nel corso del 2012 ci si propone di far crescere gli utenti, potenziando non solo il flusso di informazioni, ma anche la funzionalità di tali strumenti.

La riorganizzazione dei Dipartimenti che sarà avviata nel 2012 comporta anche un intervento sul web e sugli strumenti informativi, per la ridefinizione e riorganizzazione dei contenuti: sarà anche un'occasione per programmare il family feeling del portale, potenziando l'identità visiva dell'Ateneo e uniformando la grafica dei diversi siti, almeno nelle pagine iniziali. Per far questo si creerà un comitato editoriale web, in grado di favorire il flusso di informazioni e mettere in stretta relazione le diverse strutture dell'Ateneo con l'area Comunicazione e Relazioni esterne.



Quanto alla pianificazione della campagna pubblicitaria, stante la riduzione dell'80% delle spese di pubblicità e organizzazione eventi, l'impegno per il 2012 è quello di progettare una campagna prevalentemente sui mezzi on line.

Comunicazione interna – progettazione e avvio Intranet.

Azioni:

- progettazione del materiale di comunicazione in lingua italiana, istituzionale e per i vari livelli di studio (corsi di laurea, dottorati di ricerca e offerta post laurea)
- restyling del sito tattico studiareapavia.it (in italiano e inglese) con inserimento di una nuova sezione dedicata ai servizi agli studenti
- riunione del comitato editoriale web per il sito in italiano e definizione delle competenze, progettuali e operative;
- miglioramento del family feeling tra portale e siti delle strutture decentrate, al fine di realizzare pagine web coerenti con l'identità visiva dell'Università di Pavia
- Rifacimento del portale di UCampus e realizzazione - attraverso UCampus la webradiotv dell'Università – di video di presentazione dedicati all'Ateneo e ai suoi servizi, da caricare sul portale; redazione e messa in onda di servizi radiofonici quotidiani dedicati alla vita studentesca
- gestione da parte di UCampus, del profilo dell'Università su Facebook
- campagna di comunicazione
- Progettazione e avvio della Intranet d'Ateneo

Budget: le spese per la produzione di materiale in lingua italiana sono ora sostenute dall'area comunicazione e, in parte dal servizio orientamento. Le facoltà hanno a disposizione finanziamenti per la produzione di materiale. Necessita un coordinamento.

I costi di agenzia per la grafica coordinata dell'ateneo (logo, sito, brochure e pubblicazioni), così come i costi per la realizzazione degli impianti e per la stampa di materiali sono sostenuti dall'area comunicazione. I costi di UCampus sono sostenuti dall'area comunicazione e da progetti esterni. I costi per la gestione del sito sono sostenuti dall'area sistemi informativi.

Strutture coinvolte: area Comunicazione e Relazioni esterne; Area Sistemi informativi, area Didattica e servizi agli studenti (URP, programmazione didattica, orientamento, segreteria studenti), relazioni internazionali, Facoltà e scuole di dottorato.

2) migliorare la comunicazione con gli studenti e l'utenza	1, 2, 3, 6	2011	2012	2013
2.1 materiale di comunicazione in italiano				
2.2 restyling del sito tattico studiareapavia.it				
2.3 miglioramento del family feeling tra portale e siti delle strutture decentrate				
2.4 Rifacimento portale				



UCampus, con maggiori servizi agli studenti e alla città (portale degli studenti)				
2.5 video di presentazione Ateneo e suoi servizi				
2.6 profilo dell'Università su Facebook e Twitter				
2.7. Newsletter sezione studenti				
2.8. campagna di comunicazione				
2.9. comitato editoriale web				
2.10 Progettazione e avvio Intranet				

4 OBIETTIVI 2012: PROMUOVERE L'ATENEO PRESSO I LAUREATI E IL TERRITORIO

Il 2012 è l'anno in cui si dovranno consolidare le molte attestazioni di fiducia, partecipazione e senso di appartenenza che, grazie alle celebrazioni dei 650 anni, l'Ateneo di Pavia ha ricevuto.

L'azione si concentrerà sui seguenti destinatari:

- Istituzioni, che affiancano l'Ateneo anche nell'organizzazione di eventi speciali, e che contribuiscono a far crescere la reputazione sul territorio locale e nazionale
- Laureati e ordini professionali: approvato il nuovo statuto e gli organi dell'associazione, i laureati dell'Ateneo saranno coinvolti in eventi, mirati a sostenere progetti di particolare interesse per l'Ateneo, ma potranno anche dialogare on line, su temi professionali, tramite il social network alumnipavia.it e seguire le principali cerimonie dell'Ateneo, grazie alle dirette web realizzate da UCampus.
- Donatori: l'azione di fundraising prevede: a) consolidamento della base dei laureati e dei sostenitori dell'Ateneo, chiamati a donare sia la quota di iscrizione all'associazione, sia il 5x1000; b) sensibilizzazione da parte del vertice dell'Ateneo di alcuni potenziali grandi donatori; c) progettazione di campagne di sensibilizzazione a sostegno di progetti prioritari per l'Ateneo.

Azioni:

- campagna di comunicazione sul 5x1000
- completamento e gestione del social network dei laureati dell'Università di Pavia
- organizzazione di eventi per l'associazione Alunni
- eventuali campagne a sostegno di progetti mirati
- dirette video on line dei principali eventi dell'Ateneo,

Budget: le spese per la produzione di materiale e la comunicazione della campagna del 5x1000 sono sostenute dall'area comunicazione.



Il costo dell'attivazione del social network per i laureati è sostenuto per i 2/3 dall'area comunicazione e per 1/3 da finanziamento esterno.

I costi di UCampus sono sostenuti dall'area comunicazione. I costi per la gestione del sito sono sostenuti dall'area sistemi informativi.

3) promuovere l'ateneo presso i laureati e il territorio	1, 2, 3, 6, 7	2011	2012	2013
3.1 campagna 5x1000				
3.2 completamento e gestione del social network dei laureati dell'Università di Pavia				
3.3 eventi per i 650 anni dell'Ateneo				
3.4 eventi per l'associazione Alunni				
3.5 dirette video on line dei principali eventi dell'Ateneo				

Strutture coinvolte: area Comunicazione e Relazioni esterne, Segreteria del Rettore, Area Sistemi informativi, area Didattica e servizi agli studenti (orientamento, segreteria studenti), area amministrativa e finanziaria, Facoltà e scuole di dottorato.

5 OBIETTIVI 2012: FAR CRESCERE LA REPUTAZIONE DI PAVIA COME RESEARCH UNIVERSITY

È indispensabile la progettazione di realizzazione di strumenti di comunicazione che rafforzino la reputazione di Pavia come *Research University*. Al momento sono disponibili report elaborati dal centro per il trasferimento tecnologico e alcuni report non strutturati dell'area ricerca. Si rende necessaria almeno una pubblicazione esauritiva - anche on line - di informazione generale sull'attività scientifica di eccellenza dell'Università di Pavia, curata dall'area Comunicazione. Una sezione potrebbe essere dedicata ai servizi esistenti in Ateneo a supporto dell'attività di ricerca. Inoltre, analogamente a quanto si propone per la didattica e l'internazionalizzazione, si ritiene utile creare una sezione ricerca all'interno della newsletter di Ateneo, con informazioni di servizio sulle scadenze dei bandi e sui finanziamenti disponibili, ma anche con interventi dei docenti sui principali esiti della ricerca a Pavia.

Per quanto riguarda le classifiche nazionali e internazionali massima attenzione dovrà essere riservata alla trasmissione dei dati richiesti: l'area comunicazione coordina il reperimento dati e la loro trasmissione, collaborando con il servizio Qualità e dati statistici e con l'area Ricerca.

**Azioni:**

- pubblicazione dedicata alla ricerca, anche on line
- creazione di una sezione Ricerca nella newsletter di Ateneo
- raccolta e trasmissione dati per le classifiche nazionali e internazionali
- sviluppo di prodotti di comunicazione elettronica destinati a docenti e ricercatori (presentazione in power point, video..)
- rubriche radiofoniche su UCampus dedicate alle principali scoperte scientifiche
- coordinamento e raccolta informazioni per azioni di ufficio stampa e media relations volte a diffondere i principali esiti della ricerca

Budget: le spese per la pubblicazione dedicata alla ricerca sono nuove e devono essere programmate tra quelle sostenute dall'area comunicazione; potrebbero forse essere integrate da fondi a disposizione delle Facoltà/Dipartimenti o provenienti da progetti. I costi per la grafica coordinata dell'ateneo (presentazione power point etc) sono sostenuti dall'area comunicazione, così come quelli per l'attività di ufficio stampa. I costi di UCampus sono sostenuti dall'area comunicazione. I costi per la gestione del sito sono sostenuti dall'area sistemi informativi.

Strutture coinvolte: area Comunicazione e Relazioni esterne; Area Sistemi informativi, area Ricerca, Servizio Qualità e dati statistici, Facoltà e scuole di dottorato.

		2011	2012	2013
4) far crescere la reputazione di Pavia come Research University	1, 2, 3, 6, 7			
4.1 Pubblicazione sulla ricerca, anche on line				
4.2 Newsletter sezione Ricerca				
4.3 Dati per le classifiche nazionali e internazionali				
4.4 Prodotti di comunicazione multimediale				
4.5 Rubriche radiofoniche				
4.6 Media relations sulla ricerca				



6 PESI DEGLI OBIETTIVI

Nel prospetto seguente sono indicati i pesi degli obiettivi 2012.

MACROATTIVITÀ	Peso
attrarre un numero crescente di studenti stranieri	25
migliorare la comunicazione con gli studenti e l'utenza	25
rafforzare i rapporti con il territorio e il senso di appartenenza dei laureati	30
far crescere la reputazione di Pavia come <i>Research university</i>	20
TOTALE	100

**7 COSTI PREVISTI****BUDGET 2012**

Area Comunicazione e relazioni esterne previsione budget 2012	azioni	Costi previsti
Obiettivi e attività previste		
1) attrarre un numero crescente di studenti stranieri		
1.1. materiale di comunicazione in lingua	progettazione e impianti	5000
1.2. aggiornamento e mantenimento sito in lingue straniere	stampa	5000
1.3. video di presentazione in inglese		5000
1.4. newsletter: sezione international		personale
1.5 stand e materiali per fiere		personale
		10.000
2) migliorare la comunicazione con gli studenti e l'utenza		
2.1 materiale di comunicazione in italiano	progettazione e impianti	15000
2.2. aggiornamento del sito tattico studiareapavia	stampa	15000
2.3 miglioramento del family feeling tra portale e siti delle strutture decentrate		4000
2.4 video di presentazione Ateneo e suoi servizi		5000
2.5. profilo dell'Università su Facebook e gestione social network		personale
		5000



OBIETTIVI PER L'ANNO 2012

2.6. Campagna di comunicazione	progettazione	6000
	acquisto spazi pubblicitari	9939
2.7 Progettazione e avvio intranet		10.000
3) promuovere l'ateneo presso i laureati e il territorio		
3.1 campagna 5x1000		25000
3.2 social network dei laureati dell'Università di Pavia		5000
3.3 Eventi per i 650 anni dell'Ateneo	fondi esterni	
3.4 eventi per l'associazione Alunni		10000
3.5 dirette video on line dei principali eventi dell'Ateneo		3000
4) far crescere la reputazione di Pavia come Research University		
4.1 Pubblicazione sulla ricerca, anche on line	progettazione e impianti	10000
	stampa	5000
4.2 Newsletter sezione ricerca		personale
4.3 dati per le classifiche nazionali e internazionali		personale
4.4 prodotti di comunicazione multimediale		5000
4.5 rubriche radiofoniche		personale
4.6 Media relations per la ricerca		personale
Abbonamento rassegna stampa		9000
abbonamento ecovideo		1800
licenze webradiotv		3000
acquisto telecamera		3000
materiali per eventi (cartelle, blocchi, omaggi)		5000
pagine bianche		12.000
	TOTALE	181739



OBIETTIVI PER L'ANNO 2012

8 TEMPI DI REALIZZAZIONE

ID	Nome attività	2012	Tr 1	Tr 2	Tr 3	Tr 4
1	Attrarre un numero crescente di studenti stranieri					
2	Materiale di comunicazione in lingua					
3	Presenza sui portali internazionali					
4	Aggiornamento e mantenimento sito in lingue straniere					
5	Video di presentazione in inglese					
6	Newsletter: sezione International					
7	Stand e materiali per fiere					
8	Migliorare la comunicazione con gli studenti e l'utenza					
9	Materiale di comunicazione in italiano					
10	Restyling del sito tattico studiareapia					
11	Revisione portale e miglioramento del family feeling tra portale e siti delle strutture decentrate					
12	Rifacimento sito UCampus (come portale per gli studenti)					
13	Video di presentazione Ateneo e suoi servizi					
14	Profilo dell'Università su Facebook e Twitter					
15	Comitato editoriale web					
16	Campagna di comunicazione					
17	Progettazione e avvio Intranet					
18	Promuovere l'ateneo presso i laureati e il territorio					
19	Campagna SX1000					
20	Social network dei laureati dell'Università di Pavia					
21	Eventi per i 650 anni dell'Ateneo					
22	Eventi per l'associazione Alumni					
23	Dirette video on line dei principali eventi dell'Ateneo					
24	Far crescere la reputazione di Pavia come research university					
25	Pubblizzazione sulla ricerca anche on line					
26	Newsletter sezione ricerca					
27	Dati per le classifiche nazionali e internazionali					
28	Prodotti di comunicazione multimediale					
29	Rubriche radiofoniche					
30	Media relations per la ricerca					