

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI GENOVA

## AREA PERSONALE

AVVISO DI PROCEDURA PER IL CONFERIMENTO DELL'INCARICO DI RESPONSABILITÀ DI CAPO SETTORE DEL SETTORE PORTAVOCE E RELAZIONI ESTERNE DELL'AREA DIREZIONALE, AI SENSI DELL'ART. 30 DELL'ATTO DI ORGANIZZAZIONE AMMINISTRATIVA E TECNICA VIGENTE, IN ULTIMO ADEGUATO CON D.D.G. N. 1194 DELL'1.4.2016.

E' attivata la procedura per il conferimento dell'incarico di responsabilità di Capo Settore del Settore Portavoce e relazioni esterne dell'Area Direzionale, ai sensi dell'art. 30 dell'atto di organizzazione amministrativa e tecnica vigente, in ultimo adeguato con D.D.G. n. 1194 dell'1.4.2016.

Il suddetto incarico può essere conferito a personale di categoria D dell'area amministrativa-gestionale.

Ferme restando le responsabilità e i compiti connessi alla figura di Capo Settore di cui all'art. 15 del citato atto organizzativo, nell'allegato A, che costituisce parte integrante e sostanziale del presente avviso, sono indicate le competenze tecnico professionali e trasversali e il relativo ambito di attività richieste per la posizione.

E' possibile proporre la propria candidatura inviando l'istanza corredata dal proprio *curriculum* entro il 20.4.2016 all'indirizzo e-mail conferimenti-accessorio@unige.it

Una Commissione, composta dalla Prof.ssa Maria Linda Falcidieno, Professore ordinario afferente al Dipartimento di Scienze per l'Architettura, dal Direttore Generale e dal Capo Servizio del Servizio Programmazione e controllo, procederà all'individuazione del candidato ritenuto idoneo per ricoprire la posizione sulla base dei seguenti elementi di valutazione e con la ponderazione a fianco di ciascuno indicata:

- esame del *curriculum*, volto ad accertare le competenze tecnico professionali (formazione, esperienza maturata, ecc.): 30%;
- colloquio individuale, volto ad accertare le competenze tecnico professionali e trasversali, anche con particolare riferimento alla capacità di *problem solving* in relazione a casi concreti: 70%.

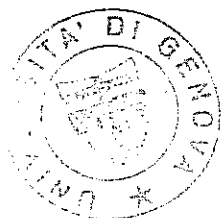
I criteri che la Commissione deciderà di adottare nell'ambito della ponderazione dei suddetti elementi, saranno resi noti ai candidati.

Coloro che presentano istanza alla procedura danno il consenso preventivo all'accettazione della posizione e al trasferimento presso il suddetto Settore nei tempi e nei modi previsti dall'Amministrazione, che potrà a tal fine sentire i Responsabili della strutture interessate.

La durata dell'incarico conferito sarà di tre anni a decorrere dalla data del conferimento.

Il valore dell'indennità di responsabilità spettante, che dipenderà dall'inserimento del Settore nelle fasce da effettuarsi in base alla pesatura di cui all'art. 32 dell'atto di organizzazione amministrativa e tecnica sopra citato, verrà stabilito in sede di contrattazione integrativa.

Genova, 7 APR. 2016



IL DIRIGENTE

Dott.ssa Claudia De Nadai

POSIZIONE	CAPO SETTORE DEL SETTORE PORTAVOCE E RELAZIONI ESTERNE
CATEGORIA ED AREA	CATEGORIA D – AREA AMMINISTRATIVA - GESTIONALE
COMPETENZE DEL SETTORE	<p>Relazioni esterne</p> <p>Coordinamento delle strategie di comunicazione esterna ed interna</p> <p>Valorizzazione dell'identità dell'Ateneo attraverso attività promozionali, merchandising e strategie di marketing</p> <p>Promozione dell'immagine di Ateneo sui canali di comunicazione 2.0</p> <p>Gestione campagna offerta formativa</p> <p>Ideazione di eventi</p> <p>Strategie di public engagement</p>
COMPETENZE TECNICO PROFESSIONALI	<p>conoscenza non solo nei fondamenti teorici ma anche attraverso un'esperienza acquisita nella pratica degli strumenti da utilizzare per la campagna promozionale dell'offerta formativa, con particolare riferimento alle quote di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari previste dal "Testo Unico della radiotelevisione" (D. Lgs n. 177/2005) ;</p> <p>conoscenza non solo nei fondamenti teorici ma anche attraverso un'esperienza acquisita nella pratica della normativa e degli strumenti in materia di <i>merchandising</i>, finalizzate all'ideazione e alla realizzazione di procedure per l'individuazione del <i>brand</i> commerciale;</p> <p>conoscenza della normativa in materia di comunicazione istituzionale interna ed esterna (Legge n. 150/2000);</p> <p>conoscenza informatica non solo nei fondamenti teorici ma anche attraverso un'esperienza acquisita nella pratica, dei principali canali di comunicazione 2.0 finalizzata alla gestione dei profili di Ateneo sui <i>social media</i>;</p> <p>conoscenza delle attività di <i>public engagement</i> e in particolare delle attività senza scopo di lucro, con valore educativo, culturale e di sviluppo della società svolte dall'Ateneo nell'ambito della valutazione della Terza missione (SUA_RD)</p> <p>conoscenza della lingua inglese;</p>
COMPETENZE ORGANIZZATIVE	<p>capacità di coordinamento e di gestione con i diversi soggetti e uffici dell'Ateneo e, in particolare, con quelli coinvolti nell'attività promozionale dello stesso, capacità di relazionarsi con gli utenti esterni e/o interni per garantirne la soddisfazione con i mezzi disponibili, in particolare, capacità di rapportarsi con utenti e problematiche di vario genere e complessità;</p> <p>capacità di integrarsi con gli altri e nei processi e di partecipare attivamente alla soluzione di problematiche comuni;</p> <p>capacità di affrontare situazioni nuove, mutevoli o incerte al fine di raggiungere i risultati con il minor aggravio procedurale possibile nel rispetto delle norme giuridiche o tecniche precostituite.</p>