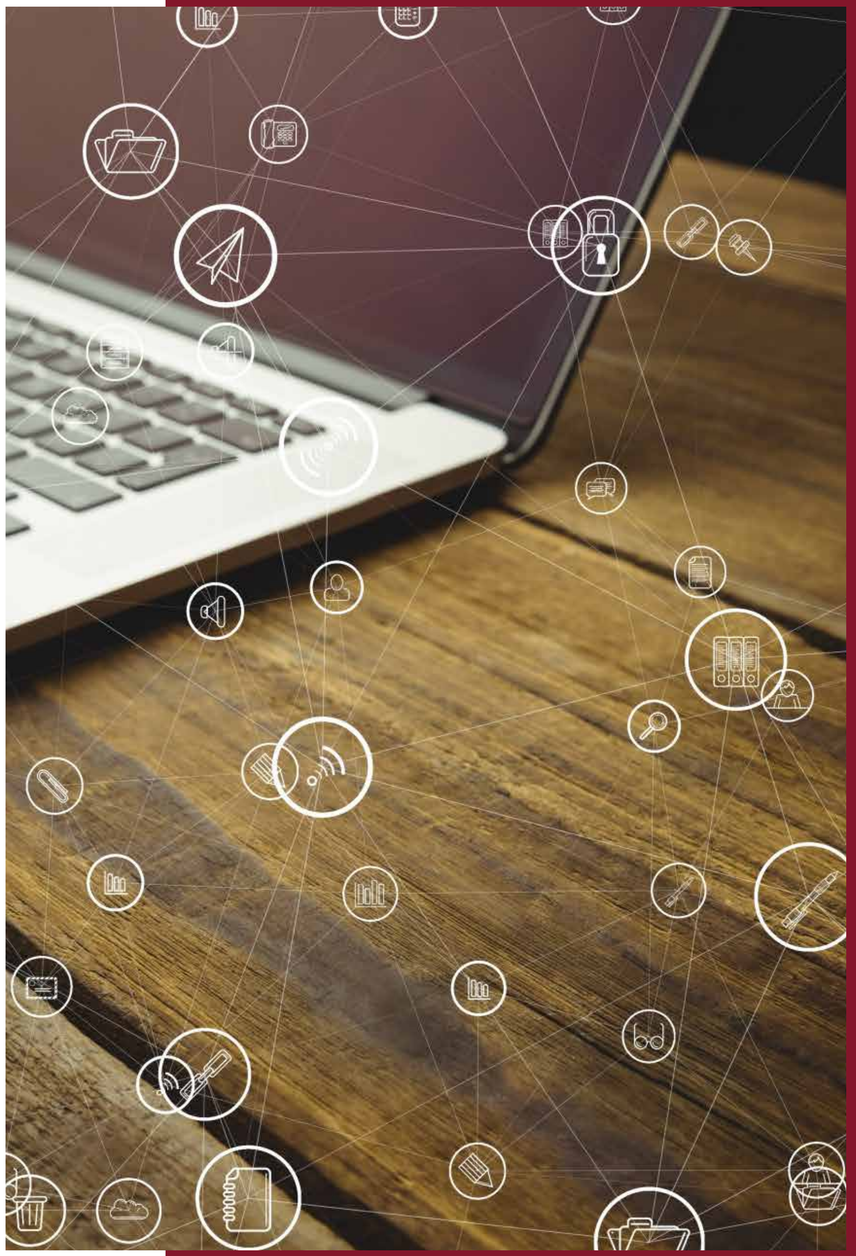
**UnitelmaSapienza**
Università degli Studi di Roma

# Piano della Comunicazione 2024

Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza



**UnitelmaSapienza.it**

# OBIETTIVI

UnitelmaSapienza, università dalla consolidata reputazione per l'**eccellenza** e l'**innovazione** accademica, mira a potenziare e ampliare il suo status di Ateneo "punto di riferimento" per l'**e-learning di qualità**, l'**eccellenza della ricerca** e le attività di **Terza Missione**.

**Il piano di comunicazione**, frutto di una strategia integrata, punta a consolidare il posizionamento dell'Ateneo nel **mercato della formazione universitaria di qualità**, ponendo gli strumenti telematici volti alla diffusione del sapere attraverso ogni limite geografico e temporale.

UnitelmaSapienza coinvolge **studenti** e stakeholder attraverso campagne di sensibilizzazione tematiche legate alla **sostenibilità**, alla **cooperazione internazionale**, alle **politiche di genere**, all'**abbattimento delle diseguaglianze**, provando ad ampliare la sua visibilità nel panorama nazionale e internazionale, consolidando la propria **Corporate Identity**.

Il Piano Strategico 2022 - 2024 definisce **Indicatori e Azioni di Ateneo** attinenti alla comunicazione.

# INDICATORI

Il **Piano Strategico 2022 - 2024** individua tre indicatori che interessano questo piano:

**COM1:** Implementare la comunicazione e promuovere la visibilità dell'Ateneo

| Indicatori | Dato del 2021 | Target 2024 | Stato di avanzamento |
|---|---|---|---|
| **COM 1.1** Valutazione da parte degli studenti dei servizi di comunicazione | Non presente | > 50% | Da programmare |
| **COM 1.2** Posizionamento nei motori di ricerca su parole chiave relative all'e-learning | Non presente | Nelle prime 3 posizioni | Raggiunto |
| **COM 1.3** Numero Followers sui Social Media | 38.106 | +25% | Raggiunto |

# AZIONI DI ATENEO

Il **Piano Strategico 2022 - 2024** individua quattro azioni che interessano questo piano:

**COM1:** Implementare la comunicazione e promuovere la visibilità dell'Ateneo

| Azioni di Ateneo | Referenti | Stato di avanzamento |
|---|---|---|
| 1. Campagne di Promozione, Sensibilizzazione e Fundraising | Area Amministrazione, Risorse Umane, Affari Generali e Area Master, CdF, Internazionalizzazione, Ufficio Comunicazione, Ufficio Stampa | In corso |
| 2. Utilizzo strumenti di Corporate Design e Corporate Identity | Ufficio Comunicazione, Ufficio Stampa | In corso |
| 3. Raccordo con incaricati comunicazione dei Dipartimenti | Ufficio Comunicazione, Ufficio Stampa | Completato |

**D1:** Offerta Formativa

| Azioni di Ateneo | Referenti | Stato di avanzamento |
|---|---|---|
| 1. Promozione e visibilità della qualità del percorso formativo e della sua spendibilità professionale | Area di Supporto alla Didattica, Cds Referente per la formazione, Ufficio Comunicazione, Ufficio Stampa | In corso |

# ANALISI DEL CONTESTO

UnitelmaSapienza opera in un **contesto dinamico e stimolante**, ricco di opportunità per affermarsi come Ateneo leader dell'e-learning in Italia.

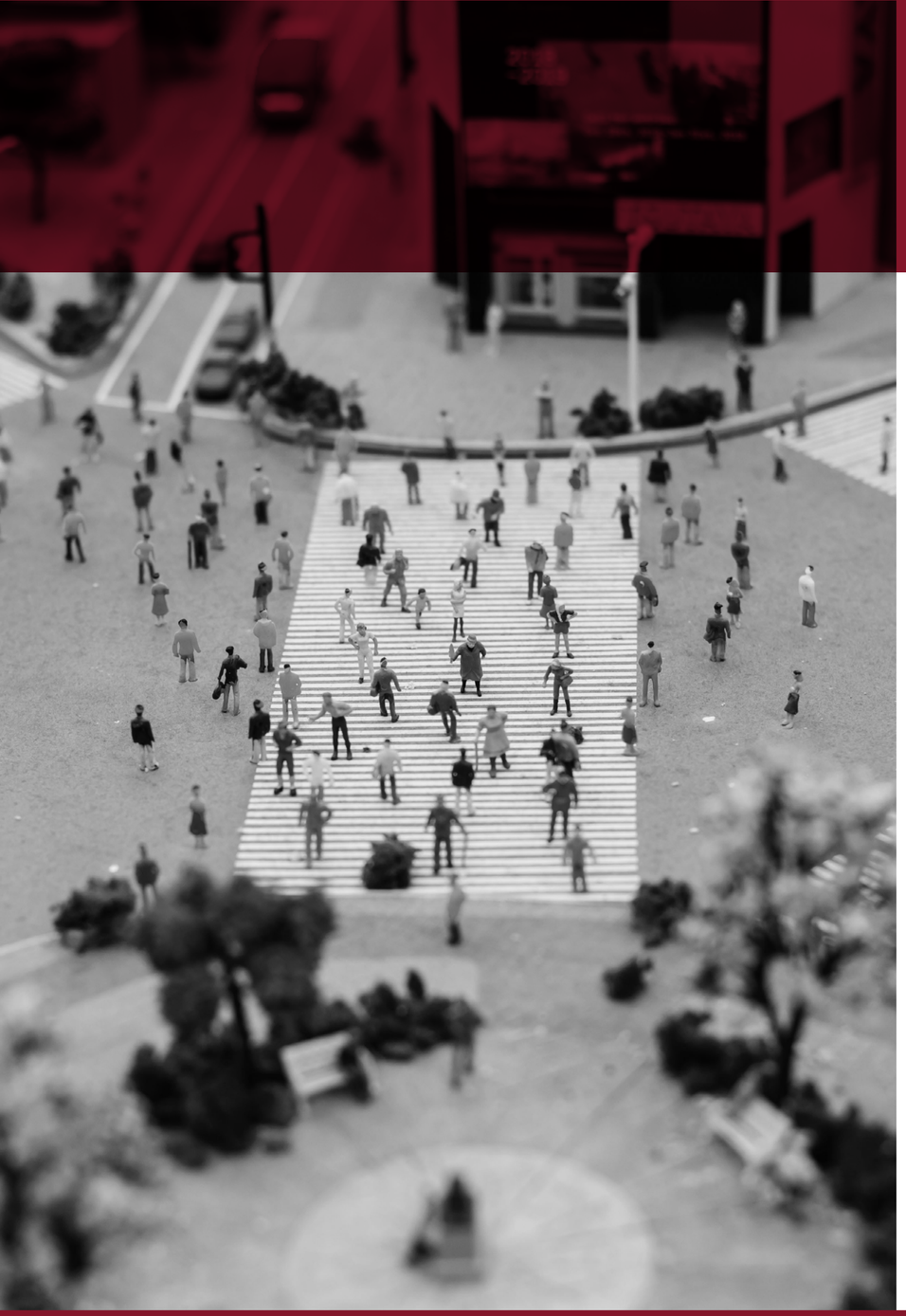
**La formazione a distanza (FAD)** è una forma di apprendimento sempre più diffusa e accettata come alternativa ai metodi più tradizionali. La richiesta di **figure professionali aggiornate** che facciano fronte alle nuove esigenze del mercato del lavoro hanno favorito e diffuso questa modalità, più flessibile e attenta alle esigenze degli studenti.

La **crescente domanda di formazione a distanza**, nell'ambito di una **società sempre più digitalizzata e dopo gli eventi legati alla pandemia da Covid-19**, ha «moltiplicato» i **competitor** legati all'e-learning.

Lezioni, webinar ed esami digitali sono ormai una realtà comune anche per gli atenei tradizionali, vista la maggiore flessibilità e accessibilità che questi strumenti possono offrire. La digitalizzazione delle università ha inoltre accentuato il grado di sostituibilità tra forme di prodotto simili ed omogenee nelle funzioni, rendendo ancor più importante distinguersi per **innovazione** e **qualità dell'offerta formativa**.

In questo contesto UnitelmaSapienza vanta un'**esperienza ventennale nel settore dell'e-learning** e punta ad affermarsi definendo modelli di apprendimento online innovativi. L'Università ha puntato, sin dalla sua costituzione, sui più moderni strumenti didattici sfruttando le potenzialità dei mezzi digitali.

L'Ateneo, quindi, mira a potenziare attività che manifestino il **forte legame con Sapienza Università di Roma**, elemento chiave per la sua **brand positioning**.



# PUBBLICO DI RIFERIMENTO

Il **target audience** di UnitelmaSapienza è formato da una **moltitudine di attori** che differiscono per obiettivi di comunicazione.

La **product offering** si rivolge a **lavoratori** desiderosi di conseguire un titolo accademico senza dover lasciare il proprio impiego e che intendono acquisire nuove competenze per intercettare migliori opportunità di lavoro, ma anche **giovani** che non possono frequentare un'università tradizionale per motivi di distanza dalla propria residenza o di tempo e che preferiscono un metodo di apprendimento flessibile e personalizzato.

Se in passato la natura telematica di UnitelmaSapienza ha prediletto un'utenza con un'età media più alta e lavoratrice, l'aumento dei giovani all'interno della popolazione studentesca deve essere accompagnato da iniziative di comunicazione che li rappresentino e che rafforzino la dimensione comunitaria dell'Ateneo.

UnitelmaSapienza deve indirizzare la propria comunicazione anche verso enti istituzionali, italiani ed esteri, per avvalorare la propria **credibilità**, **reputazione** e **riconoscibilità** come ente universitario di Alta formazione.

L'università deve altresì continuare a **interagire con gli attori del mondo sociale ed economico** per avere un ruolo attivo nell'innovazione e nel benessere della società mediante le attività di Terza Missione.

# ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

## Awareness e Reputation

Aumentare la consapevolezza del marchio (awareness) e la brand reputation creando una narrativa forte e coerente che sottolinei la reputazione accademica dell'istituzione e l'impatto positivo sulla vita degli studenti e delle comunità, sia in Italia sia all'estero.

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

UNITELMASAPIENZA › IL DIPARTIMENTO DI DIRITTO E SOCIETÀ DIGITALE E L'IMPATTO DELLE NUOVE TECNOLOGIE SULLA SOCIETÀ

### UnitelmaSapienza, università digitale legata a Sapienza

UnitelmaSapienza, università digitale legata a Sapienza, ha sede a Roma e venta 27 poli didattici in Italia e 5 all'estero, eroga 8 corsi di laurea (Economia, Giurisprudenza, Informatica, Psicologia e Archeologia) di cui 3 interateneo con Sapienza, master e corsi di formazione. Numerosi i progetti di ricerca attivi, di cui 8 europei, così come gli accordi internazionali e inter istituzionali per l'ERASMUS PLUS. Il sistema integrato di tutorship, i servizi di job placement e quelli di inclusione fanno di UnitelmaSapienza un ateneo per gli studenti. Il Dipartimento di Diritto e Società Digitale, volto a un nuovo modello di organizzazione dei saperi umanistici (aree psicologica, sociologica, storica, giuridica, economica, informatica, statistica e psicologica), affronta il tema dell'impatto delle nuove tecnologie sulla società. Il Dipartimento svolge attività di ricerca e didattica secondo un approccio interdisciplina-



LA SEDE

**Il sistema integrato di tutorship e i servizi di inclusione fanno di UnitelmaSapienza un ateneo per gli studenti**

re, con una visione europea, transnazionale e globale basata sul metodo comparativo ed ospita la Cattedra Unesco dal 2019, telematica prima al mondo e unica in Italia. È previsia l'attivazione del Corso di Laurea in "Scienze politiche e delle relazioni internazionali - Governance Globale" con due curricula: "Diritti, Mercati, Tecnologie" e "Sicurezza e Relazioni Internazionali". Lobiettivo è soddisfare le esigenze di un mercato del lavoro che richiede competenze multidisciplinari in ottica nazionale e internazionale.

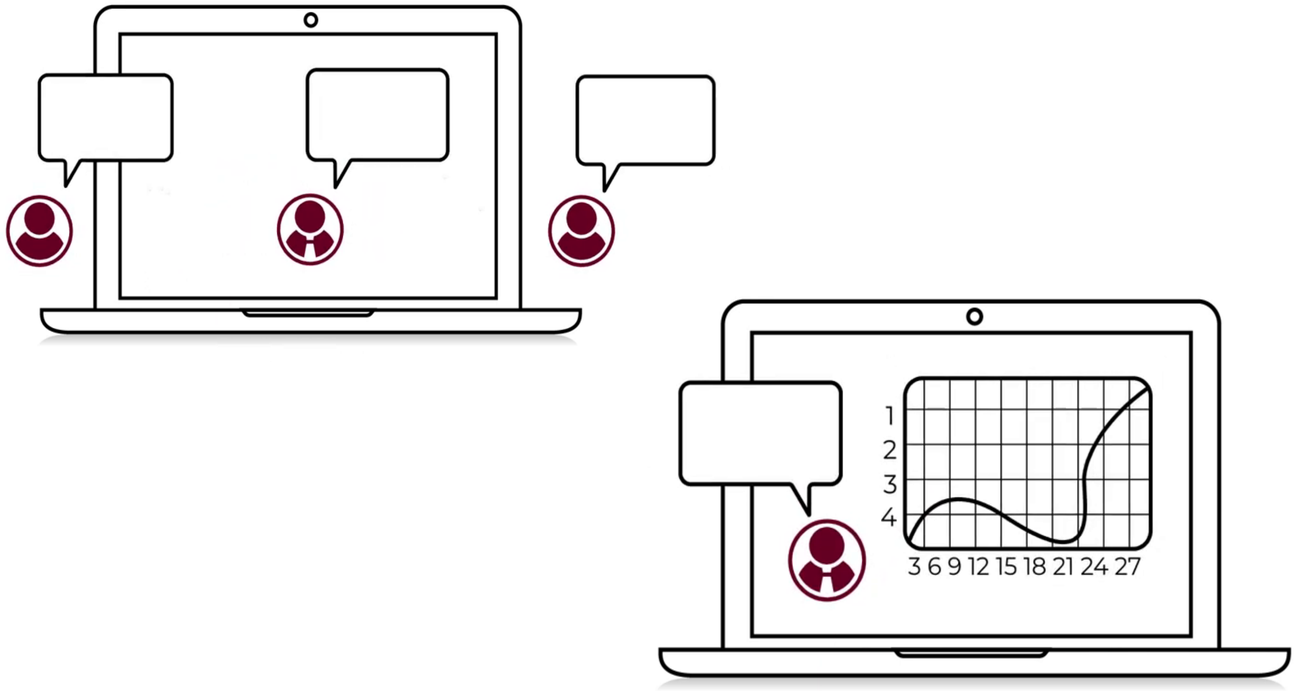
› RICERCA E ATTIVITÀ FORMATIVE

**Il Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche (DSGE)**

Il Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche, tra le strutture fondamentali per la ricerca e le attività formative dell'Ateneo, è articolato attraverso 5 Corsi di Laurea in Scienze dell'Amministrazione e della Sicurezza e Scienze dell'Economia Aziendale, di Laurea Magistrale in Management delle Organizzazioni Pubbliche e Sanitarie e in Economia, Management e Innovazione e di Laurea Magistrale a Ciclo Unico in Giurisprudenza, organizzati in 19 diversi percorsi formativi e curriculari, e 18 Master orientati all'analisi dei più rilevanti fenomeni giuridici, economici e socio-politici. Oltre al nuovo percorso in "Diritto dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile" in risposta alla crescente domanda di professionisti in questi ambiti. Punto di forza è la solidità della didattica garantita dal modello eLearning, frutto di anni di ricerca specialistica e prassi consolidate dai docenti, riconosciute dagli studenti. Il DSGE, inoltre, può vantare risultati d'eccellenza anche nella ricerca, grazie alla partecipazione a bandi nazionali, europei e internazionali. Risultati e qualità perseguiti grazie a un investimento costante nel Faculty Development, attività attraverso le quali docenti migliorano l'esercizio della loro professione.

## Digital asset

Rafforzare la comunicazione sui vantaggi dell'Ateneo digitale attraverso una campagna mirata a valorizzare i "servizi chiave" di UnitelmaSapienza, tra cui la flessibilità spaziale e temporale dell'offerta, l'organizzazione personalizzata del programma di studi, il sistema di tutorship integrato.



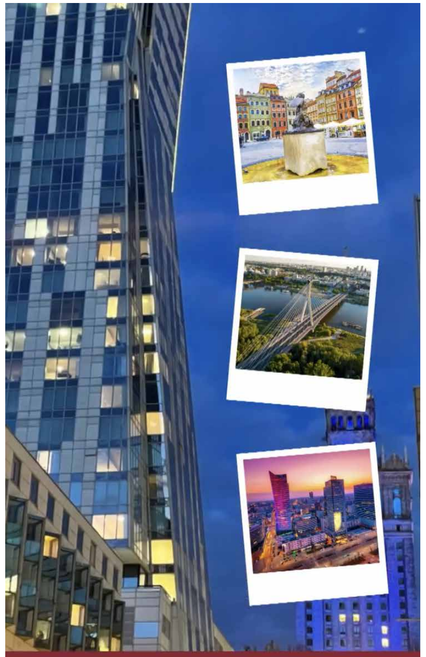
## Engage

Aumentare il coinvolgimento degli studenti nelle attività di UnitelmaSapienza e rafforzare il senso di comunità virtuale.

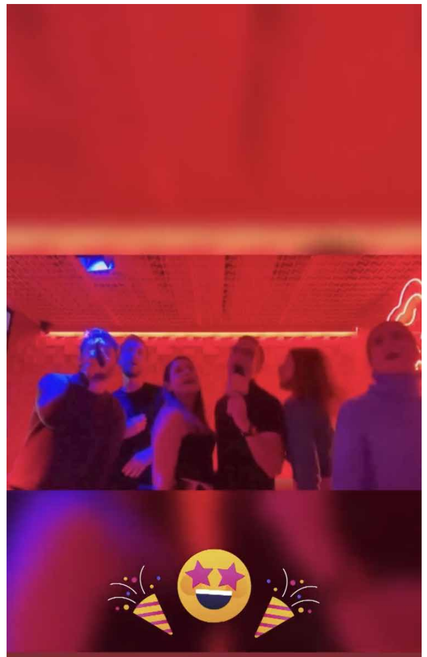
## Brand trust

Sviluppare relazioni con Influencer e Brand Ambassador che possano aumentare la visibilità dell'università connettendosi con un pubblico più ampio.

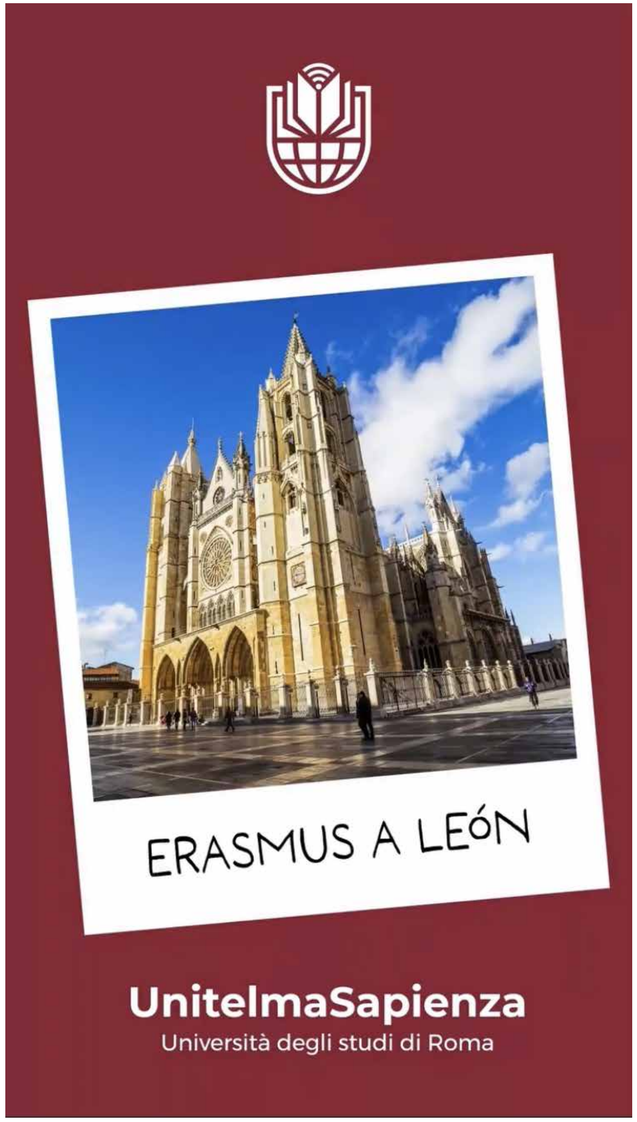
Una delle motivazioni principali che mi ha spinto



da una curiosità comunque di conoscere nuove culture,

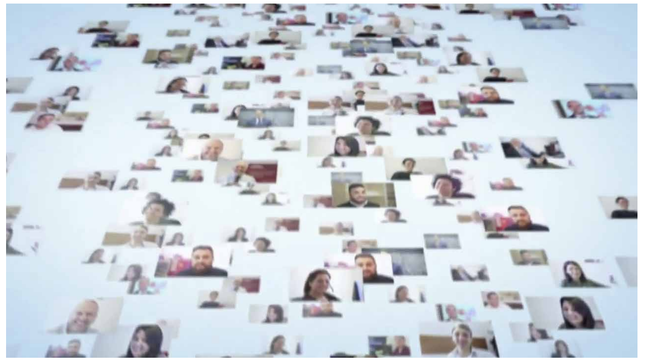


e anche soprattutto la curiosità di conoscere di più



## Prospect

Attrarre nuovi studenti attraverso un mix di pubblicità mirata, eventi virtuali e testimonianze di studenti soddisfatti dei servizi di UnitelmaSapienza.

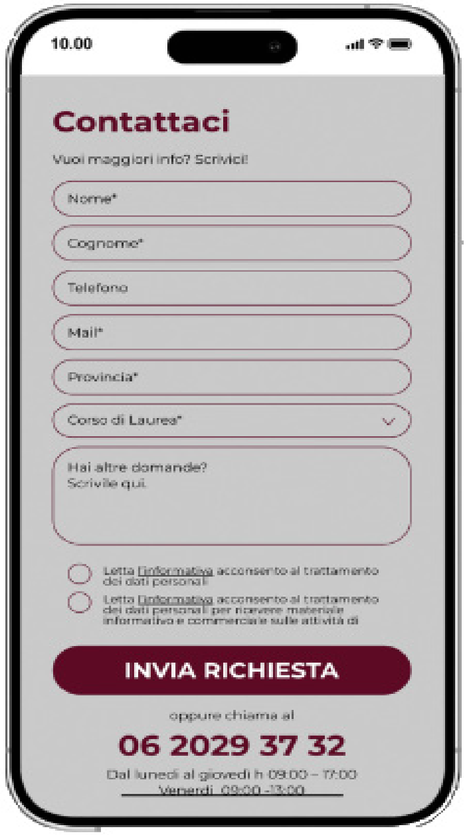


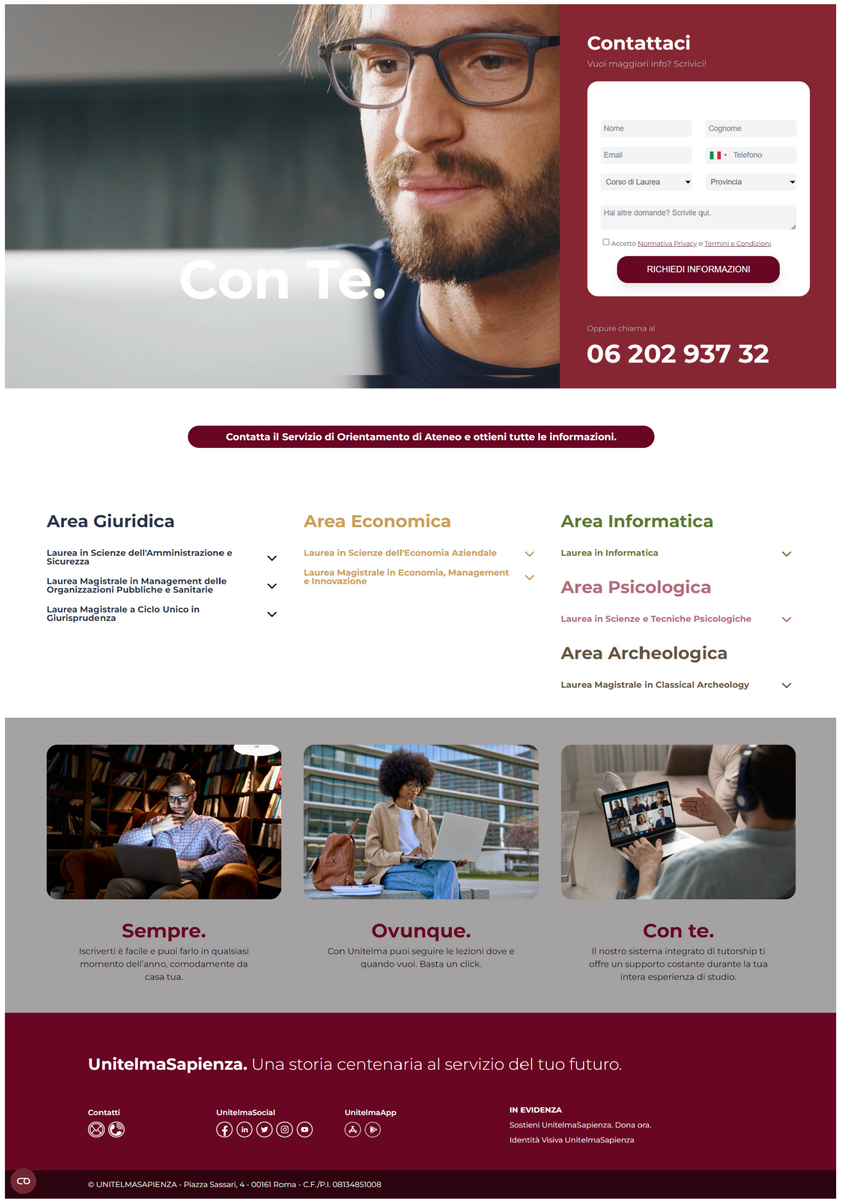
## Fidelity

Fidelizzare gli attuali studenti implementando programmi di public feedback volti garantire la soddisfazione continua degli studenti e incoraggiare il passaparola positivo.

# Lead generation

Generare contatti potenzialmente interessati all’offerta formativa da gestire tramite il sistema di orientamento.



# CANALI DI DIFFUSIONE

Per comunicare con il suo pubblico di riferimento e raggiungere gli obiettivi prefissati, UnitelmaSapienza adotterà un approccio di comunicazione integrata facendo ricorso a un mix di strumenti e mezzi che sia idoneo ed efficace al raggiungimento degli obiettivi:

| Mezzi | Azioni di comunicazione | Canali | Azioni di Ateneo |
|---|---|---|---|
| **Paid Media** (attività di acquisto di spazi pubblicitari per promozione brand) | Awareness e Reputation, Digital Asset, Brand trust, Lead generation | Digital Adv, società di comunicazione | COM1.1 |
| **Owned Media** (canali di comunicazione e diffusione di Ateneo) | Awareness e Reputation, Digital Asset, Engage, Fidelity, Prospect | Sito web, Social Media , Ufficio Stampa, Newsletter | COM1.1 e COM1.2 |
| **Earned Media** (copertura mediatica o di menzione di un brand, senza che tra le parti vi sia un accordo di tipo economico) | Awareness e Reputation, Brand Trust | TV, Radio, Stampa, Social, Convenzioni, Accordi Quadro | COM1.1 e D1.1 |