

TRACCIA ESTRATTA

RICCIARDU
GABRIEL

OGGETTO: CONCORSO PUBBLICO PER TITOLI ED ESAMI PER LA COPERTURA DI N. 1 POSTO NEL PROFILO PROFESSIONALE "FUNZIONARIO SERVIZI AMMINISTRATIVI, ADDETTO ALLA COMUNICAZIONE" - AREA DEI FUNZIONARI E DELL'ELEVATA QUALIFICAZIONE, CON RAPPORTO DI LAVORO A TEMPO DETERMINATO (24 MESI) E PIENO PER LE ESIGENZE DELL'AZIONE CONGIUNTA EUROPEA "JACARDI - Joint Action on CARdiovascular diseases and Diabetes (Azione Congiunta sulle malattie cardiovascolari e diabete)" - CUP H75E23000110006, RISERVATO PRIORITARIAMENTE AI VOLONTARI DELLE FORZE ARMATE.

DOMANDE - BUSTA n° 2

Il/La candidata legga ad alta voce e risponda alle domande riportate.
Tempo a disposizione: 20 minuti

- Quali aspetti del progetto oggetto dell'incarico l'hanno maggiormente attratta/o e perché pensa di poter fare la differenza nel suo sviluppo?
- Il/La candidato/a descriva un'attività lavorativa precedentemente svolta che presenta analogie o che potrebbe essere utilizzata nell'ambito del progetto in oggetto
- Quali criteri seguiresti per sviluppare materiali informativi efficaci destinati alla prevenzione delle malattie cardiovascolari e del diabete? Come ti assicuraresti che i contenuti siano facilmente comprensibili e scientificamente accurati?

Testo inglese (leggere e tradurre):

Communication plays a crucial role in EU-funded projects. It enhances your project's visibility and contributes to raising public awareness of how the European Union is making a positive impact. Innovation Fund beneficiaries are obliged to fulfil certain communication requirements, as well as encouraged to follow recommended guidelines. Recipients of EU funding are legally bound to ensure the visibility of EU funding they received. The beneficiary has to proactively and systematically promote the projects, results and impact by making relevant information publicly available through communication channels, including websites and social media accounts. Additionally, it is required to make specific reference to the Innovation Fund as outlined in the delegated regulation. A detailed communication and dissemination plan, setting out the objectives, key messaging, target audiences, communication channels, social media plan, planned budget and relevant indicators for monitoring and evaluation, has to be provided and updated during the lifetime of the project.

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

DAMIANI EMY

for Adler

OGGETTO: CONCORSO PUBBLICO PER TITOLI ED ESAMI PER LA COPERTURA DI N. 1 POSTO NEL PROFILO PROFESSIONALE "FUNZIONARIO SERVIZI AMMINISTRATIVI, ADDETTO ALLA COMUNICAZIONE" - AREA DEI FUNZIONARI E DELL'ELEVATA QUALIFICAZIONE, CON RAPPORTO DI LAVORO A TEMPO DETERMINATO (24 MESI) E PIENO PER LE ESIGENZE DELL'AZIONE CONGIUNTA EUROPEA "JACARDI -Joint Action on CARdiovascular diseases and DIabetes (Azione Congiunta sulle malattie cardiovascolari e diabete)" - CUP H75E23000110006, RISERVATO PRIORITARIAMENTE AI VOLONTARI DELLE FORZE ARMATE.

DOMANDE - BUSTA n° 3

II/La candidata legga ad alta voce e risponda alle domande riportate.

Tempo a disposizione: 20minuti

- II/la candidato/a descriva quali sono gli aspetti che reputa più interessanti nel partecipare all'attività di un progetto Europeo in ambito sanitario
- I/la candidato/a illustri in che modo le competenze acquisite attraverso precedenti ruoli lavorativi possono contribuire alla realizzazione o al buon andamento di un progetto in ambito sanitario.
- Come pianifichereesti un evento divulgativo per promuovere i risultati di un progetto sanitario? Quali fattori considereresti essenziali nella scelta del format, degli speaker e dei canali di promozione?

Testo inglese (leggere e tradurre):

The Communication and Engagement Plan is designed to support the organisation to reach its objectives and vision. It is a written document that describes who you need to communicate your improvement work to, the purpose of communication with them, the communication method you will use, how often you will communicate and who will communicate with the audiences identified. The aims of the plan are: generate interest, enthusiasm and support for the improvement work at the outset; keep stakeholders informed, up to date and to sustain interest with progress of the improvement work; inform stakeholders about the outcomes of the improvement work; celebrate success; generate interest in adapting the improvement work to spread to wider areas. planning a communication strategy at the very start of improvement work is a key part of the improvement journey that can be easily be overlooked. A key step is represented by the Stakeholder Analysis, a systematic way to analyse stakeholders by their power and interest. High power and interest stakeholders are Key Players. Low power and low interest stakeholders are least important.

[Three handwritten signatures]