


PROVA 1

La Città metropolitana è un ente leggero nella struttura ma forte nella capacità di indirizzo e di servizio ai Comuni, che svolge in prevalenza funzioni di pianificazione, programmazione e indirizzo e che ha al centro la cura e lo sviluppo strategico del territorio a partire dalla Pianificazione territoriale, la mobilità e le infrastrutture. Il candidato descriva l'organizzazione di una campagna di comunicazione per presentare quanto realizzato dall'Ente negli ultimi cinque anni di mandato in uno dei tre ambiti a scelta.

Si chiede di descrivere:

- Strategia
- Target
- Strumenti
- Azioni
- Costi presunti e percorso amministrativo
- Soggetti interni ed esterni all'ente coinvolti



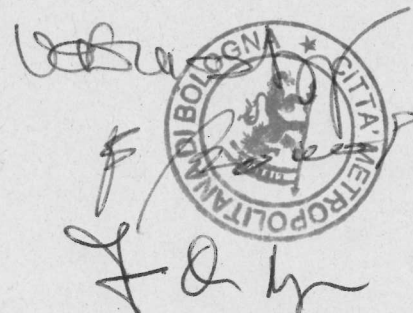
F. Q. Neri

PROVA 2 Estratta

Quest'anno si conclude il primo mandato completo della città metropolitana, Ente di area vasta istituita nel 2015. Il candidato proponga una campagna di comunicazione individuando ed illustrando almeno 4 voci tra le principali azioni attuate in questi 5 anni.

Si chiede di descrivere:

- Strategia
- Target
- Strumenti
- Azioni
- Costi presunti e percorso amministrativo
- Soggetti interni ed esterni all'ente coinvolti

The image shows a circular official stamp of the Metropolitan City of Bologna. The stamp contains the text "CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA" around the perimeter and a central emblem. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

PROVA 3

Nel 2019 la Città metropolitana di Bologna è la prima in Italia ad approvare il Piano Urbano della Mobilità Sostenibile (PUMS). Il candidato proponga una campagna di comunicazione per presentare il Piano e le varie azioni previste, cercando di sfruttare al massimo gli strumenti di comunicazione tradizionale ed i nuovi social media. Si chiede di descrivere:

- Strategia
- Target
- Strumenti
- Azioni
- Costi presunti e percorso amministrativo
- Soggetti interni ed esterni all'ente coinvolti

