COMUNICAZIONE DELLA PONTIFICIA UNIVERSITÀ DELLA SANTA CROCE

ANALISI E PROPOSTE

Begoña Echevarne • bechevarne@unav.es

INDICE

1 Scopo e obiettivi

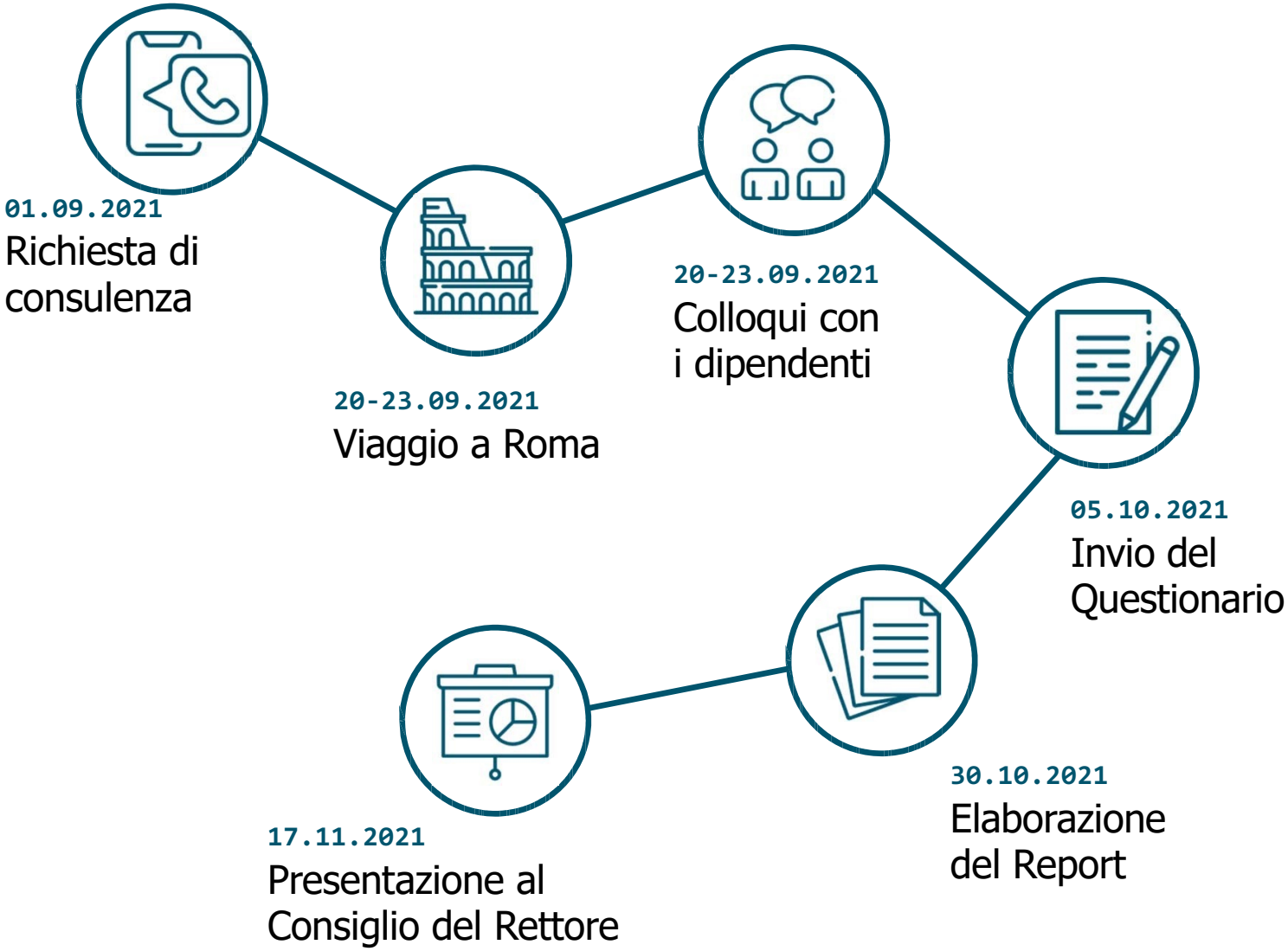
2 Analisi della situazione attuale del centro accademico e della comunicazione

- Sintesi dei colloqui realizzati
- Sintesi del questionario inviato alla comunità universitaria
- Analisi SWOT (Debolezze, Minacce, Punti di Forza, Opportunità)
  - A. Relativi all'Università
  - B. Relativi alla Comunicazione

3 Raccomandazioni

- A. Relative all'Università
- B. Relative alla Comunicazione

SCOPO E OBIETTIVI 1



Sintesi dei colloqui realizzati

19

Colloqui con persone di diversi profili

Conversazione aperta senza domande dirette

Sintesi dell'indagine rivolta alla comunità universitaria

184

Persone hanno ricevuto il questionario

110

Risposte
(59,7%)

76,6%

Professori
(81)

22,7%

Impiegati
(25)

Sintesi dell'indagine rivolta alla comunità universitaria

56,4%
Si sente informato

58,2%
Si sente ascoltato

Contenuti di interesse:

55,5% Università in generale

45,5% Procedure, info di servizio

41,8% Facoltà e uffici

35,5% Identità e cultura

34,5% Propria facoltà o ufficio

26,4% Questioni economiche

Sintesi dell'indagine rivolta alla comunità universitaria

Canali interni in uso:

x80	Mail	x30	Web corporativa	x17	L'Appuntamento

Canali di comunicazione interna da potenziare:

x47	Incontri formativi	x44	Intranet	x37	Cassetta dei suggerimenti (digitale)
x44	Calendario di attività	x40	Comunicati puntuali	x35	Bollettino di notizie interne
x44	Mail	x39	Web		

Sintesi dell'indagine rivolta alla comunità universitaria

Spazi:

56,4%

Pochi spazi adeguati e gradevoli

75,5%

Approva la segnaletica attuale degli edifici

Sintesi dell'indagine rivolta alla comunità universitaria

Comunicazione interna:

6,4% 19,1% 40,9% 29,1% 4,5%

Commenti:

x53 Proposte di possibili miglioramenti della comunicazione interna

x56 Suggerimenti

Analisi

METODO

S	W	O	T
Punti di forza	**Debolezze**	**Opportunità**	**Minacce**
strengths	*weaknesses*	*opportunities*	*threats*

Analisi

A. Relativi all'UNIVERSITÀ

PUNTI DI FORZA

F1.
Buona reputazione

F2.
Impegno del personale

F3.
Buone relazioni

Analisi

A. Relative all'UNIVERSITÀ

DEBOLEZZE

D1.
Limiti nel lavoro del Rettorato

D2.
Limiti nel coordinamento degli uffici

D3.
Carenze nelle procedure delle Facoltà

Analisi

A. Relative all'UNIVERSITÀ

MINACCE

A1.
Perdita di rilevanza

A2.
Problemi strutturali

A3.
Rischio di crisi económica

Analisi

A. Relative all’UNIVERSITÀ

OPPORTUNITÀ

01.
Momento buono e stabile

02.
Interesse condiviso verso i miglioramenti

03.
Desiderio di collaborazione nel portare avanti il progetto

Analisi

B. Relativi alla COMUNICAZIONE

PUNTI DI FORZA

F1.
Reputazione interna

F2.
Solida cultura istituzionale

F3.
Strumenti di comunicazione interna consolidati

Analisi

B. Relativi alla COMUNICAZIONE

DEBOLEZZE

D1.
Limiti nella gestione della comunicazione

D2.
Limiti nella comunicazione fra gli uffici

D3.
Strumenti e risorse limitate

Analisi

B. Relativi alla COMUNICAZIONE

MINACCE

A1.
Rischio di non concretizzare questo progetto

A2.
Resistenze al cambiamento

A3.
Limiti nelle risorse tecnologiche

Anslisi

B. Relativi alla COMUNICAZIONE

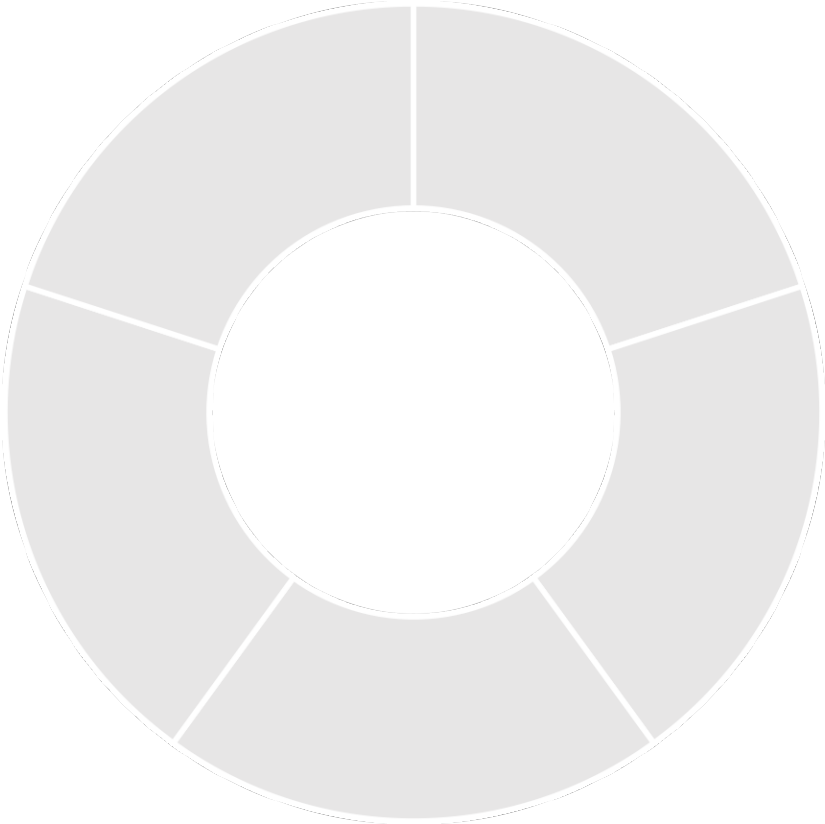
OPPORTUNITÀ

01.
Coinvolgimento del personale

02.
Recenti iniziative intraprese

03.
Buona base su cui appoggiarsi

A. Relative all’UNIVERSITÀ



RACCOMANDAZIONI 3

A. Relative all’UNIVERSITÀ

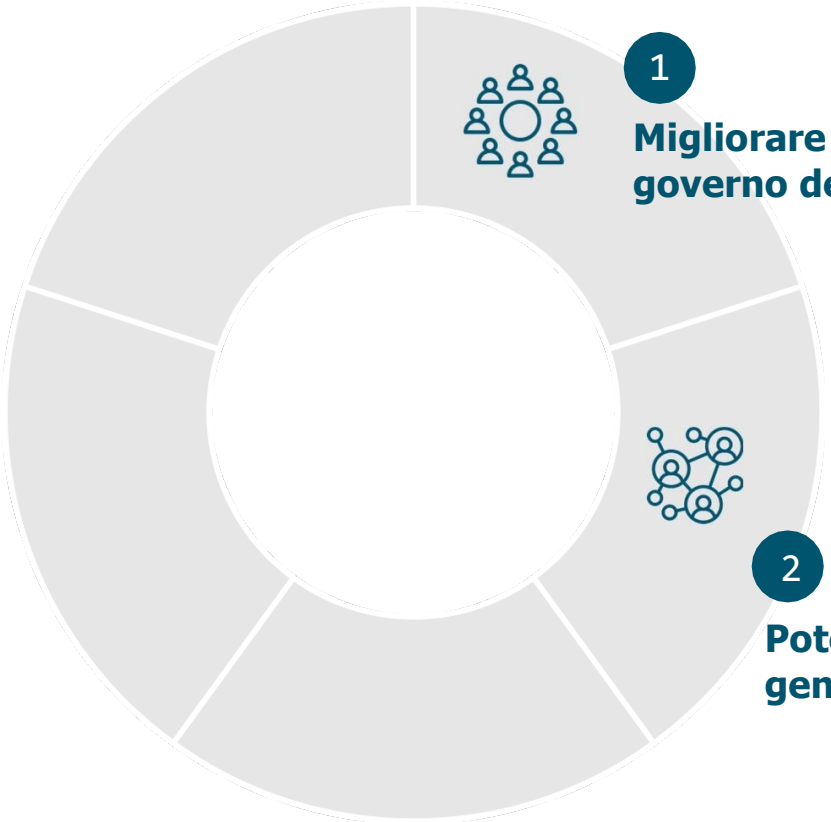
1

Migliorare il lavoro di governo del rettorato

3

RACCOMANDAZIONI

A. Relative all’UNIVERSITÀ



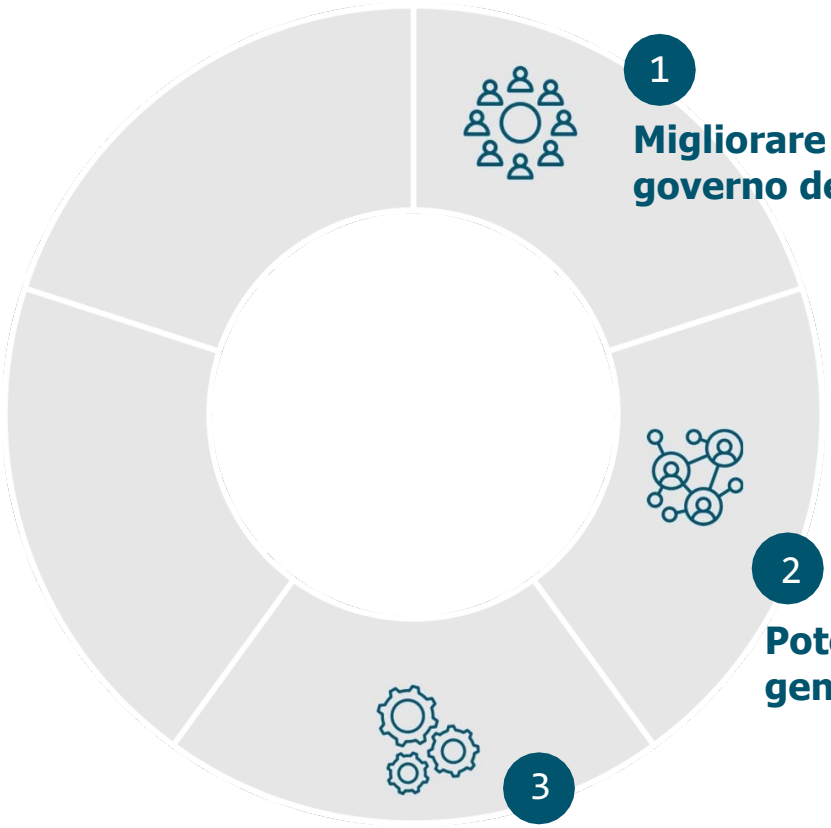
1 **Migliorare il lavoro di governo del rettorato**

2 **Potenziare i servizi generali**

3

RACCOMANDAZIONI

A. Relative all’UNIVERSITÀ



1 **Migliorare il lavoro di governo del rettorato**

2 **Potenziare i servizi generali**

3 **Favorire i processi nelle Facoltà**

3

RACCOMANDAZIONI

A. Relative all’UNIVERSITÀ

1 **Migliorare il lavoro di governo del rettorato**

2 **Potenziare i servizi generali**

3 **Favorire i processi nelle Facoltà**

4 **Consolidare la cultura corporativa**

A. Relative all'UNIVERSITÀ

1 Migliorare il lavoro di governo del rettorato

2 Potenziare i servizi generali

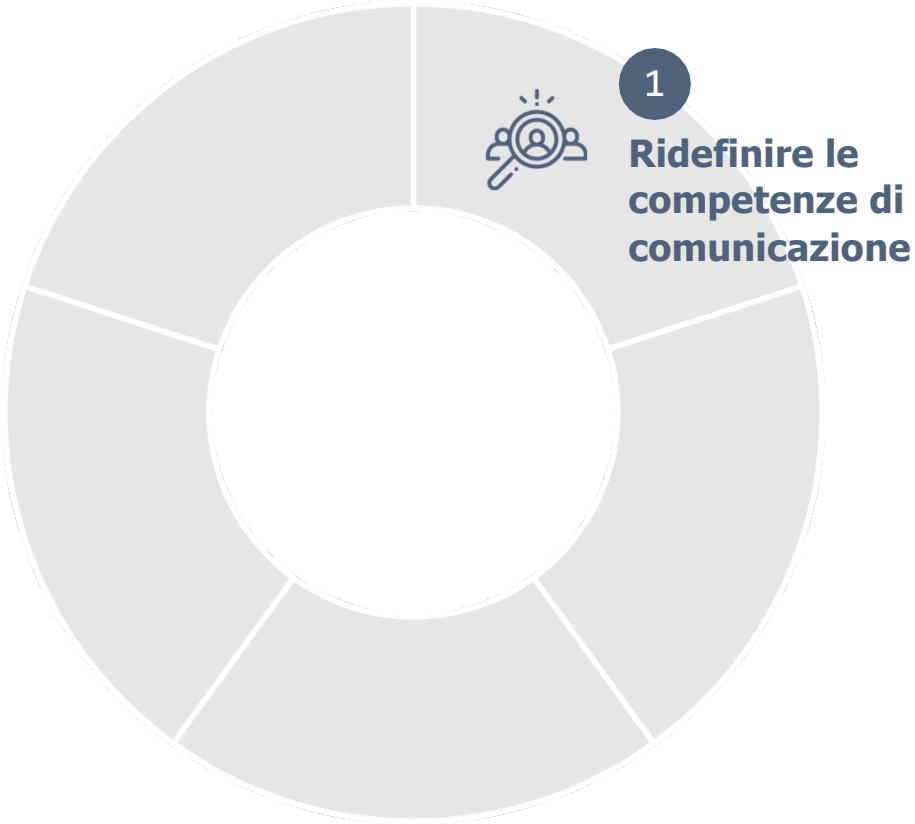
3 Favorire i processi nelle Facoltà

4 Consolidare la cultura corporativa

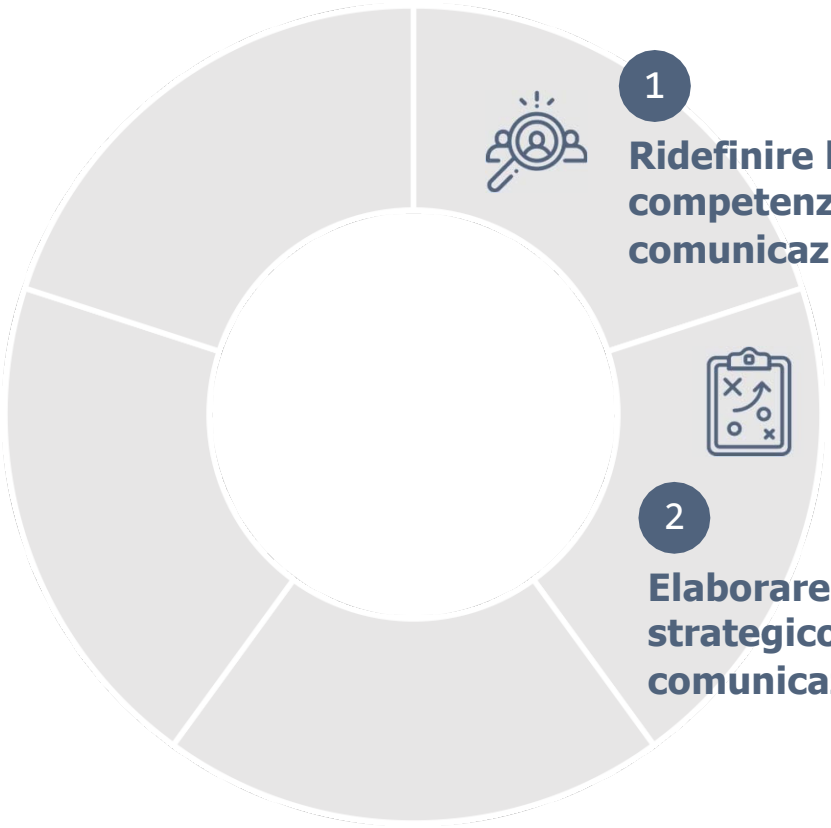
5 Stabilizzare un ufficio Alumni

B. Relative alla COMUNICAZIONE

B. Relative alla COMUNICAZIONE



B. Relative alla COMUNICAZIONE



1 **Ridefinire le competenze di comunicazione**

2 **Elaborare un piano strategico di comunicazione**

B. Relative alla COMUNICAZIONE

B. RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE

3

Migliorare alcuni canali già esistenti

- Intranet
- Pagina web
- Reti sociali
- Marchio e pubblicazioni
- Analisi dei dati
- Medaglie d'argento

B. Relative alla COMUNICAZIONE

B. RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE

Creare nuovi canali 4

- Bollettino di notizie interne
- Comunicati puntuali
- Casella dei suggerimenti

B. Relative alla COMUNICAZIONE