

IL PIANO DI COMUNICAZIONE 2024

SOMMARIO

Quadro normativo	2
L'Organizzazione della comunicazione alla Scuola Sant'Anna	3
Ufficio comunicazione istituzionale della Scuola Sant'Anna	3
Ufficio Stampa e media digitali	3
Responsabile Area Relazioni interne ed esterne	3
Obiettivi strategici e operativi nel 2024.....	3
Le attività 2024	4
Le macroattività.....	4

QUADRO NORMATIVO

Il Piano di comunicazione della Scuola Sant'Anna si inserisce all'interno delle previsioni della Legge 7 giugno 2000, n. 150 che all'articolo 1 (commi 4 e 5) chiarisce che le "attività di informazione e comunicazione istituzionale" sono volte a conseguire:

- a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
- b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;
- c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente.

Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate a:

- a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- f) promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

Lo stesso articolo 1, al comma 6, prevede che "le attività di informazione e di comunicazione istituzionale di cui alla presente legge non sono soggette ai limiti imposti in materia di pubblicità, sponsorizzazioni e offerte al pubblico". Questa precisazione è necessaria perché il Decreto Legge 31 maggio 2010, 78, convertito nella Legge 30 luglio 2010, n. 122, in particolare, l'art. 6, comma 8, prescrive, dal 2011, che le amministrazioni pubbliche "non possono effettuare spese per relazioni pubbliche, convegni, mostre, pubblicità e di rappresentanza, per un ammontare superiore al 20 per cento della spesa sostenuta nell'anno 2009 per le medesime finalità".

La circolare della Presidenza del Consiglio dei Ministri Prot. n. 309/11 del 6 giugno 2011, richiamando il parere dell'Ufficio legislativo del Ministero dell'economia e finanze in ordine all'applicazione delle disposizioni di cui all'art. 6, comma 8 del citato D.L. 78/2010, precisa che tale norma deve essere coordinata con le disposizioni a carattere speciale contenute nella Legge 150/2000 e, quindi, chiarisce che le spese per le attività rientranti nell'art.1, comma 5, le attività di comunicazione istituzionale, non sono soggette ai predetti limiti di spesa e che le predette attività devono essere inserite nel Piano annuale di comunicazione.

Le Università, accanto alle tradizionali funzioni didattiche e di ricerca, hanno sviluppato anche la cosiddetta "Terza missione": quel complesso di attività definite come tali dall'Agenzia Nazionale per la Valutazione universitaria

Le attività richiamate dall'ANVUR consistono, tra l'altro, nell'organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte Europea delle Ricercatrici e dei Ricercatori, Open Day, Career Day), nella realizzazione di pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno, di giornate di formazione alla comunicazione, nella fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari, nella organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità, nella partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse e a iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione), di eventi in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio, di iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori, di attività di divulgazione rivolte a bambini e giovani, di iniziative di democrazia partecipativa.

Le attività di comunicazione si distinguono in comunicazione interna e comunicazione esterna.

Le attività di comunicazione interna sono finalizzate a rafforzare il senso di appartenenza e a sviluppare una forte “identità della comunità” tra il personale che così diventa parte attiva nel raggiungimento degli obiettivi istituzionali e, quindi, anche del processo di comunicazione verso l’esterno.

Le attività di comunicazione esterna rispondono alla crescente domanda di trasparenza, apertura, divulgazione e promozione delle attività della Scuola.

Comunicazione interna ed esterna devono coordinarsi in una logica di comunicazione integrata, così da creare all’esterno una identità coesa e unitaria dell’Ateneo.

L’ORGANIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE ALLA SCUOLA SANT’ANNA

UFFICIO COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DELLA SCUOLA SANT’ANNA

L’Ufficio Comunicazione istituzionale si occupa della comunicazione e della promozione istituzionale dei valori, le attività e gli obiettivi della Scuola Superiore Sant’Anna. Tra le recenti mansioni acquisite si ritrovano la gestione delle attività di comunicazione interna, correlate alla gestione della intranet, oltre che dei loghi e dell’immagine coordinata. Inoltre, cura lo sviluppo e gestione del sito di ateneo. Infine, è compito dell’Ufficio quello di definire i piani di comunicazione e la gestione di iniziative di promozione istituzionali e divulgazione scientifica, con la collaborazione degli uffici di volta in volta indicati.

UFFICIO STAMPA E MEDIA DIGITALI

L’Ufficio Stampa cura le attività di relazione con i mezzi di informazione, il Sant’Anna Magazine (testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Pisa), di cui viene avanzata una proposta di revisione (allegato n.5), e il social media management.

Lo “Ufficio Stampa e media digitale” è funzionalmente alle dirette dipendenze della Rettrice e nello svolgimento delle attività risponde a lei direttamente che ne definisce gli obiettivi e che li valuta.

RESPONSABILE AREA RELAZIONI INTERNE ED ESTERNE

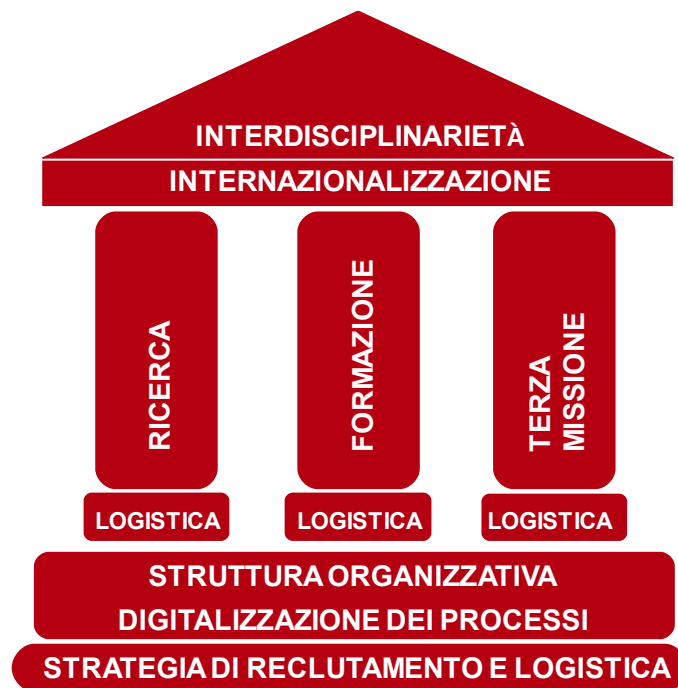
Al Responsabile di Area compete il coordinamento delle attività assicurando la collaborazione tra l’Ufficio Comunicazione Istituzionale e l’Ufficio stampa e media digitali ai fini di una gestione efficiente ed efficace delle attività

OBIETTIVI STRATEGICI E OPERATIVI NEL 2024

La missione della Scuola è quella di essere una istituzione pubblica di riferimento e di qualità, dove il talento è attratto, valorizzato e messo in campo per prendersi cura del mondo e per contribuire con responsabilità alla sua crescita culturale e alla sua sostenibilità, nel rispetto dei valori costituzionali.

A research university, a school of talent, for a more sustainable and inclusive world

sarà il motto per i prossimi anni, consapevoli che il merito basato su competenze di qualità e impegno rappresenti il vero motore di sviluppo, il meccanismo principe della mobilità sociale, la risorsa da mettere in campo per risolvere le sfide di sostenibilità e di equità che il mondo sta affrontando.



La comunicazione, nelle sue declinazioni, interna ed esterna, pervade tutta la “costruzione Scuola”. Contribuisce agli obiettivi strategici dei diversi ambiti di attività: quelli *core* come quelli trasversali e le attività volte a migliorare l’efficienza e l’efficacia dell’organizzazione.

LE ATTIVITÀ 2024

Nella tabella di seguito riportata si descrivono sinteticamente le attività della Comunicazione Scuola previste per il 2014.

Ad esse va aggiunta, per il ruolo che dovrà svolgere l’Ufficio Comunicazione, l’attività prevista per il progetto EELISA nell’ambito delle attività delle Relazioni internazionali.

Nell’allegato n. 6 si riporta anche il Piano dell’Area Terza Missione con la quale l’Ufficio Comunicazione istituzionale e l’Ufficio Stampa condividono ambiti di attività comuni (specie per il Public Engagement) che richiedono un necessario coordinamento.

LE MACROATTIVITÀ

EVENTI ISTITUZIONALI

La Comunicazione fornisce per molti eventi istituzionali. Le attività riguardano ogni aspetto di divulgazione esterna e interna, come la predisposizione di cartelle stampa, l’aggiornamento del sito web istituzionale dando l’opportuna visibilità alle iniziative tramite creazione di pagine dedicate, notizie ed eventi, la copertura mediante i canali social istituzionali della Scuola, la creazione di materiale comunicativo ad hoc (video, foto, etc.) e i rapporti con i media.

Nel 2024, in occasione dell’inaugurazione dell’Anno Accademico, verrà predisposto e diffuso il “rapporto di fine mandato” della Rettrice.

CAMPAGNE ISTITUZIONALI

A titolo esemplificativo si riportano alcune delle principali campagne:

- campagna per il concorso di ammissione ai corsi ordinari;
- scuola di orientamento universitario: la Scuola di Orientamento Universitario si svolge in collaborazione con la Scuola Normale;

- campagna promozionale programmi PhD e Seasonal School si svolgono attraverso campagne promozionali con alcuni dei principali portali internazionali di offerte;

SITO ISTITUZIONALE

Il sito istituzionale della Scuola Superiore Sant'Anna, www.santannapisa.it, si ispira a principi di trasparenza e di partecipazione e rispetta i criteri di accessibilità e usabilità individuati dalla normativa vigente. La struttura attuale risponde a precisi canoni di flessibilità e di dinamicità dei contenuti e riflette l'impostazione presente sul Piano Strategico della Scuola Superiore Sant'Anna, con le tre macro aree: Formazione, Ricerca e Terza Missione. Per cercare di superare una logica di navigazione esclusivamente gerarchica, con blocchi rigidi di sezioni e menu, è stata sviluppata una navigazione strutturata per utenti che favorisce percorsi di navigazione targetizzati per tematiche, argomenti e interessi.

REDAZIONE DEL SITO WEB

L'aggiornamento dei contenuti sul sito web è costante e quotidiano e si avvale di una redazione diffusa che coinvolge più uffici della Scuola. L'Ufficio Comunicazione Istituzionale ha il compito di raccordare i redattori e di gestire gli interventi più strutturali, quelli che comportano una modifica sul codice o un'evoluzione della struttura e delle varie sezioni.

I redattori dei vari uffici inseriscono gli aggiornamenti di loro competenza e si coordinano costantemente con la redazione centrale del sito di ateneo, coordinata dall'Ufficio Comunicazione Istituzionale. È possibile abilitare redattori specifici anche soltanto per alcune sezioni o pagine del sito.

La redazione centrale del sito web ha il compito di: verificare le attività di aggiornamento, monitorare la correttezza delle informazioni presenti sul sito, prestare attenzione ai criteri di usabilità e accessibilità, rispettare le linee d'indirizzo, supportare l'utilizzo ottimale del CMS (Communications Management Services), favorire un'omogeneità dei contenuti attraverso regole di stile da condividere con i vari redattori.

ATTIVITÀ UFFICIO STAMPA – UFFICIO.STAMPA@SANTANNAPISA.IT

L'Ufficio Stampa garantisce le attività di informazione e di relazione con i principali media italiani attraverso numerose attività quali:

- comunicati, note, inviti, conferenze stampa;
- l'aggiornamento quotidiano dei profili social di ateneo, producendo anche numerosi contenuti fotografici
- brochure e altri materiali di comunicazione

Le principali brochure andate in stampa nell'anno 2023 sono state: brochure istituzionale in lingua inglese (con un allegato aggiornato annualmente che presenti i dati più significativi), brochure aggiornata dei corsi di dottorato e delle Seasonal School, brochure Orientamento.

Da evidenziare che con la riorganizzazione avvenuta a metà giugno 2023, l'Ufficio Comunicazione ha preso in carico la realizzazione delle locandine per gli eventi della comunità della Scuola. Per esigenze dell' Area Terza Missione, sono stati realizzati nuovi template personalizzati, in grado di permettere una maggiore creatività. Inoltre, sono stati aggiunti i nuovi modelli di locandina con la nuova identità visiva della Scuola ('A). Questa attività dovrà essere consolidata.

AGGIORNAMENTO IMMAGINE COORDINATA

L'Ufficio provvede, con il supporto dell'agenzia esterna che ne cura i dettagli, ad aggiornare il brandbook della Scuola, nel quale vengono riassunti i materiali di comunicazione in possesso della Scuola e il loro corretto utilizzo.

ATTIVITA'	AMBITO del Piano Strategico	RISULTATO ATTESO	TEMPI	BUDGET 2024	BUDGET 2025	BUDGET 2026
Coordinamento immagine	Trasversale ai diversi ambiti	Coordinamento immagine all'esterno (brandbook) attraverso la definizione di azioni di monitoraggio. È in scadenza il contratto all'Agenzia. Si propone una procedura per arrivare a definire un contratto 1+2 o 2+2 per avere un partner per un periodo di tempo sufficientemente lungo e anche allo scopo di ridurre gli oneri amministrativi di procedure frequenti. Si propone, come per quello attuale, un contratto a corpo esteso anche alla proposta dei canali di comunicazione per le campagne	firma contratto: 30/06/2023 al più tardi	70.000,00	70.000,00	70.000,00
Shooting professionale per sito web	Trasversale ai diversi ambiti	immagine coordinata scuola sul sito web. Obiettivo: realizzazione nei tempi	Realizzazione entro 30/04/2024	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Realizzazione video istituzionale in italiano e in inglese	Trasversale ai diversi ambiti	Promuovere, fin dal sito, l'immagine internazionale della Scuola	Realizzazione entro 30/04/2024			
Accessibilità sito web	Digitalizzazione, accessibilità	Aumentare l'accessibilità del sito	Dopo la progettazione prevista a dicembre 2023, se ne prevede la messa a regime entro il 30 giugno 2024	risorse a budget ICT	risorse a budget ICT	risorse a budget ICT
Monitoraggio sito web	Organizzazione	Verificare che le sezioni siano coordinate (almeno una volta l'anno ogni sezione) e aggiornate (attività di verifica con il responsabile della sezione ed eventuale successiva sensibilizzazione dello stesso). Obiettivo: verifica di tutte le sezioni ogni anno	durante tutto l'anno (almeno una volta l'anno ogni sezione)			
Revisione intranet	Digitalizzazione, Organizzazione	Revisione intranet in modo coordinato con il sito web. Obiettivo: sperimentazione valutazione di customer.	30/06/2024	risorse a budget ICT	risorse a budget ICT	risorse a budget ICT
Monitoraggio attività di comunicazione "decentrate"	Organizzazione	Verificare che le attività seguano le indicazioni e gli strumenti contenuti nel brand book (locandine, bochure, ecc). Obiettivo: verifica a campione (circa il 10% complessivo) su attività Istituti/centri e Altre Aree	durante tutto l'anno (una volta al mese verificare gli strumenti presenti nella sezione eventi)			
Monitoraggio minisiti (ca 40; in crescita)	Organizzazione	Per i minisiti è prevista un'autorizzazione preventiva e un format nel brand book che ne garantisce ex ante una conformità. Verifica di coerenza con il sito e con l'immagine coordinata della Scuola. Sensibilizzazione in caso di difformità. Obiettivo: monitoraggio dei minisiti nell'anno	durante tutto l'anno (verificare i singoli minisiti almeno una volta l'anno)			
Rapporti con la stampa	Trasversale ai diversi ambiti	Abbonamenti ad agenzie di informazione nazionali (e internazionali). Convenzioni con TV regionali e superstation interregionali, per garantire adeguata visibilità nei TG alle attività di formazione e ricerca.	durante tutto l'anno	80.000,00	80.000,00	80.000,00
Promozione risultati ricerca presso la stampa internazionale	Ricerca, Terza Missione, Internazionalizzazione	Diffusione di produzioni scientifiche che possano avere una eco nei media internazionali, in funzione della produzione delle stesse da parte della Scuola. Almeno 6 fino al 30 giugno 2024. Produzione rassegna stampa per ciascuna di esse.	In funzione della pubblicazione di articoli da parte dei ricercatori. Almeno 6 fino al 30 giugno 2024.	personale Uffici + contratto esperto fino al 30 giugno 2024 affidato nel 2023 per ca € 12.000		
Campagne istituzionali (AO, PhD, Seasonal, Orientamento, Job Fair, ecc)*	Formazione undergraduate, post graduate, alta formazione	Vari risultati attesi a seconda delle campagne. In genere: aumento n. partecipanti. Per AO e PhD: incremento numero domande. Per le altre campagne, in generale: aumento n. partecipanti.	Vedere elenco	155.000,00	155.000,00	155.000,00
Campagne per recruitment attraverso canali internazionali	Reclutamento, Internazionalizzazione	Aumentare l'internazionalizzazione del recruitment con particolare riferimento ai continenti europeo e americano	in funzione dei piani di recruitment	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Brochure varie	Trasversale ai diversi ambiti	Brochure aggiornate a seconda delle necessità, mantenendo un equilibrio tra costi e necessità di aggiornamento. In particolare, relative ai corsi e ai dati di sintesi dei risultati Scuola annuali)	durante tutto l'anno (la brochure dei dati di sintesi Scuola entro luglio)	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Collaborazione per eventi	Trasversale ai diversi ambiti		Secondo la programmazione degli eventi			
Attivazione pod cast	Trasversale ai diversi ambiti	Diversificare gli strumenti di comunicazione	Attivazione entro 31/03/2024			

Il cronoprogramma di eventi e campagne istituzionali e la descrizione sintetica del ruolo svolto dalla Comunicazione Scuola vengono riportati di seguito e in allegato 1.

Attività ed eventi istituzionali	Competenze Comunicazione	date indicative	Fase I - Programmazione	Fase II - Fase creativa	Fase III - Esecuzione	nov-23	dic-23	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Giornata della Memoria	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna.	gennaio																	
Presentazione nuovi docenti	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna.	depende dalle assunzioni/passaggi	bisognerebbe saperlo almeno 1 mese e mezzo prima dell'evento																
La giornata dei ricercatori	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna.	gennaio	PROGRAMMAZIONE - Dicembre/Gennaio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Dicembre/Gennaio Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Gennaio Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.														
Consegna Diplomi Allievi Ordinari e PhD	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Supporto scaletta evento, realizzazione locandina. Supporto regia. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	febbraio	PROGRAMMAZIONE - Gennaio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Gennaio Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Gennaio/Febraio Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.														
JOTTOFair	Torna nel 2025																		
Job Fair 1 (Ed. Online)	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna.	maggio e ottobre	PROGRAMMAZIONE - Gennaio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE ESECUTIVA - Gennaio/Febraio Avvio attività di comunicazione.															
Evento STEM	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Programmazione sponsorizzazione social. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	giugno e luglio	PROGRAMMAZIONE - Maggio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Maggio Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Giugno/Luglio Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.														
Scuola Estiva Orientamento	Evento organizzato congiuntamente con SNS. Le attività in tema di comunicazione vengono decise con il coinvolgimento dell'ufficio comunicazione del partner, oltre agli uffici Orientamento.	luglio	PROGRAMMAZIONE - Maggio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Maggio Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Luglio Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.					lancio della call			svolgimento						
Pisa Accoglie il Talento	Iniziativa nell'ambito del concorso di ammissione per AO. Coordinamento con Università di Pisa	agosto/settembre		vedere campagna Concorso AO															
Notte dei Ricercatori	L'attività di comunicazione della Bright Night vengono svolte secondo le indicazioni pervenute dall'ufficio comunicazione dell'ateneo organizzatore. Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	settembre	PROGRAMMAZIONE - Giugno/Luglio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni. L'ufficio calendarizza le attività secondo quanto descritto nel piano ideato dall'organizzatore. Inoltre, coinvolge l'ufficio TM	FASE CREATIVA - Settembre Raccolta idee per promozione eventi	FASE ESECUTIVA - Settembre Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.														
Scuola Educazione Civica	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	settembre (se confermata)	PROGRAMMAZIONE - Luglio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media.	FASE ESECUTIVA - Settembre Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.														
Internet Festival	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	ottobre	PROGRAMMAZIONE - Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media.	FASE ESECUTIVA - Ottobre Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.														
Welcome Day Allievi Ordinari/Settimana dell'accoglienza	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	ottobre	PROGRAMMAZIONE - Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Ottobre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.														
Welcome Day Allievi PhD + Premio Spitali	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	ottobre	PROGRAMMAZIONE - Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Ottobre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.														
Stati Generali	Realizzazione video "Un anno alla Scuola". Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web. Realizzazione locandina. Supporto regia. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	settembre	PROGRAMMAZIONE - Agosto/Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e materiale per il video.	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale.	FASE ESECUTIVA - Settembre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.														
Inaugurazione Anno Accademico	Realizzazione video dedicato. Supporto scaletta, supporto regia. Realizzazione materiale istituzionale (locandina, programma, inviti). Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale). Nel 2024, in occasione dell'inaugurazione dell'Anno Accademico, verrà predisposto e diffuso il "rapporto di fine mandato" della Rettrice.	dicembre	PROGRAMMAZIONE - Luglio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni preliminari. Individuazione eventuali fornitori da coinvolgere.	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale. Realizzazione script e reperimento di eventuale materiale multimediale utile.	FASE ESECUTIVA - Novembre/Dicembre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.														
MEMO.	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Programmazione sponsorizzazione social. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	A partire da novembre	PROGRAMMAZIONE - Ottobre/Novembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e materiale.	FASE CREATIVA - Novembre Predisposizione piano media. Interventi di aggiornamento sul materiale disponibile (reel, foto).	FASE ESECUTIVA - da novembre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura delle 3 edizioni della internship a maggio, giugno e settembre.														
CAMPAGNIE																			
Calls of Expression of Interest - CEI	Attivazione su richiesta e secondo disponibilità.	piano reclutamento																	
THE - Times Higher Education SK1000																			
Orientamento	Verdere eventi list.	marzo/luglio																	
Campagna Concorso di Ammissione ai Corsi Ordinari (per l'AA 2024/2025 anche nuovo concorso di ammissione al II livello e apertura nuova area disciplinare in Data Science)		febbraio/luglio	PROGRAMMAZIONE - Febbraio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e materiale.	FASE CREATIVA - Marzo Realizzazione claim e visual dedicato. Realizzazione piano media dettagliato, richieste preventivi.	FASE ESECUTIVA - da aprile a luglio Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Invio materiali ai fornitori individuati.														
Campagna Concorso PhD	Utilizzo piattaforme internazionali FindAPhD e StudyPortals	febbraio/luglio	PROGRAMMAZIONE - Novembre/Dicembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e riflessione su campagna precedente.	FASE CREATIVA - Dicembre/Gennaio Predisposizione piano media e preventivi.	FASE ESECUTIVA - da gennaio-luglio Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Invio materiali ai fornitori individuati.														
Seasonal School (nuovo catalogo)	Utilizzo StudyPortals - Piano annuale di sponsorizzazione	aprile/settembre	PROGRAMMAZIONE - Marzo Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e riflessione su campagna precedente.	FASE CREATIVA - Marzo Predisposizione piano media e preventivi.	FASE ESECUTIVA - da aprile Avvio attività di comunicazione.														
Job Fair		ottobre	PROGRAMMAZIONE - Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni. Realizzazione video delle aziende main sponsor.	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Ottobre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.														

PIANO COMUNICAZIONE 2023

Attività ed eventi istituzionali	Competenze Comunicazione	date indicative	Fase I - Programmazione	Fase II - Fase creativa	Fase III - Esecuzione
Giornata della Memoria	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna.	gennaio			
Presentazione nuovi docenti	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna.	dipende dalle assunzioni/passaggi	bisognerebbe saperlo almeno 1 mese e mezzo prima dell'evento		
La giornata dei ricercatori	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna.	gennaio	PROGRAMMAZIONE - Dicembre/Gennaio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Dicembre/Gennaio Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Gennaio Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.
Consegna Diplomi Allievi Ordinari e PhD	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Supporto scaletta evento, realizzazione locandina. Supporto regia. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	febbraio	PROGRAMMAZIONE - Gennaio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Gennaio Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Gennaio/Febrero Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.
JOTTOFair	Torna nel 2025				
Job Fair 1 (Ed. Online)	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna.	maggio e ottobre	PROGRAMMAZIONE - Gennaio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE ESECUTIVA - Gennaio/Febrero Avvio attività di comunicazione.	
Evento STEM	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Programmazione sponsorizzazione social. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	giugno e luglio	PROGRAMMAZIONE - Maggio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Maggio Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Giugno/Luglio Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.
Scuola Estiva Orientamento	Evento organizzato congiuntamente con SNS. Le attività in tema di comunicazione vengono decise con il coinvolgimento dell'ufficio comunicazione del partner, oltre agli uffici Orientamento.	luglio	PROGRAMMAZIONE - Maggio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Maggio Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Luglio Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.
Pisa Accoglie Il Talento	Iniziativa nell'ambito del concorso di ammissione per AO. Coordinamento con Università di Pisa	agosto/settembre	vedere campagna Concorso AO		
Notte dei Ricercatori	L'attività di comunicazione della Bright Night vengono svolte secondo le indicazioni pervenute dall'ufficio comunicazione dell'ateneo organizzatore. Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	settembre	PROGRAMMAZIONE - Giugno/Luglio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni. L'ufficio calendarizza le attività secondo quanto descritto nel piano ideato dall'organizzatore. Inoltre, coinvolge l'ufficio TM	FASE CREATIVA - Settembre Raccolta idee per promozione eventi .	FASE ESECUTIVA - Settembre Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.
Scuola Educazione Civica	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	settembre (se confermata)	PROGRAMMAZIONE - Luglio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media.	FASE ESECUTIVA - Settembre Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.
Internet Festival	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	ottobre	PROGRAMMAZIONE - Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media.	FASE ESECUTIVA - Ottobre Avvio attività di comunicazione. Copertura giornata evento.
Welcome day Allievi Ordinari/Settimana dell'accoglienza	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	ottobre	PROGRAMMAZIONE - Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Ottobre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.
Welcome Day Allievi PhD + Premio Spitali	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	ottobre	PROGRAMMAZIONE - Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Ottobre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.
Stati Generali	Realizzazione video "Un anno alla Scuola". Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web. Realizzazione locandina. Supporto regia. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	settembre	PROGRAMMAZIONE - Agosto/Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e materiale per il video.	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale.	FASE ESECUTIVA - Settembre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.
Inaugurazione Anno Accademico	Realizzazione video dedicato. Supporto scaletta, supporto regia. Realizzazione materiale istituzionale (locandina, programma, inviti). Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale). Nel 2024, in occasione dell'inaugurazione dell'Anno Accademico, verrà predisposto e diffuso il "rapporto di fine mandato" della Rettrice.	dicembre	PROGRAMMAZIONE - Luglio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni preliminare. Individuazione eventuali fornitori da coinvolgere.	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale. Realizzazione script e reperimento di eventuale materiale multimediale utile.	FASE ESECUTIVA - Novembre/Dicembre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.
ME.MO.	Comunicazione evento con i mezzi tipici: comunicato, news, copertura social e sito web, comunicazione interna. Programmazione sponsorizzazione social. Foto e video per fini comunicativi (no archivio ufficiale).	A partire da novembre	PROGRAMMAZIONE - Ottobre/Novembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e materiale.	FASE CREATIVA - Novembre Predisposizione piano media, interventi di aggiornamento sul materiale disponibile (reel, foto).	FASE ESECUTIVA - da novembre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura delle 3 edizioni della internship a maggio, giugno e settembre.
CAMPAGNE					
Calls of Espression of Interest - CEI	Attivazione su richiesta e secondo disponibilità.	piano reclutamento			
THE - Times Higher Education		in funzione dell'uscita			
5X1000		aprile/giugno			
Orientamento	Vedere eventi ist.	marzo/luglio			
Campagna Concorso di Ammissione ai Corsi Ordinari (per l'AA 2024/2025 anche nuovo concorso di ammissione al II livello e apertura nuova area disciplinare in Data Science)		febbraio/luglio	PROGRAMMAZIONE - Febbraio Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e materiale.	FASE CREATIVA - Marzo Realizzazione claim e visual dedicato. Realizzazione piano media dettagliato, richiesta preventivi.	FASE ESECUTIVA - da aprile a luglio Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Invio materiali ai fornitori individuati.
Campagna Concorso PhD	Utilizzo piattaforme internazionali FindAPhD e StudyPortals	febbraio/luglio	PROGRAMMAZIONE - Novembre/Dicembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e riflessione su campagna precedente.	FASE CREATIVA - Dicembre/Gennaio Predisposizione piano media e preventivi.	FASE ESECUTIVA - da gennaio-luglio Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Invio materiali ai fornitori individuati.
Seasonal School (nuovo catalogo)	Utilizzo StudyPortals - Piano annuale di sponsorizzazione	aprile/settembre	PROGRAMMAZIONE -Marzo Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni e riflessione su campagna precedente.	FASE CREATIVA - Marzo Predisposizione piano media e preventivi.	FASE ESECUTIVA - daaprile Avvio attività di comunicazione.
Job Fair		ottobre	PROGRAMMAZIONE - Settembre Coinvolgimento uffici, raccolta informazioni. Realizzazione video delle aziende main sponsor.	FASE CREATIVA - Settembre Predisposizione piano media e bozze del materiale istituzionale	FASE ESECUTIVA - Ottobre Avvio attività di comunicazione e approvazione materiali. Copertura giornata evento.



Immagine
coordinata
e applicazioni



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Marchio

Versione bianco e nero



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Marchio

Versione a colori



Sant'Anna

Scuola Universitaria Superiore Pisa



Pantone 186 | C2 M100 Y85 K6



K100



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Marchio

Riduzione

Si consiglia di non usare la versione estesa del marchio
in dimensioni inferiori a 4 cm x 1 cm



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Marchio

Versione contratta

Consigliata per utilizzi in aree molto ristrette

(spille, timbri, mappe, puntatori) o ad esempio nel secondo foglio della carta intestata



Marchio

Versione contratta negativa

Consigliata per utilizzi in aree molto ristrette

(spille, timbri, mappe, puntatori) o ad esempio nel secondo foglio della carta intestata



Marchio

Uso su fondi colorati

Per mantenere una buona leggibilità del logo si sconsiglia la sovrapposizione su sfondi colorati simili al rosso, grigi scuri o contrastanti rispetto al pantone rosso del logo



Marchio

Per mantenere una buona leggibilità del logo
si sconsiglia la sovrapposizione su sfondi fotografici



Marchio

Area di rispetto



Sant'Anna

Scuola Universitaria Superiore Pisa

a

Bodoni BE Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Helvetica Neue Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789

Marchio

Versione rotonda

Per utilizzi legati al merchandising quali ad esempio:
apparel, mug, tshirt, borse e shopper, etc.



Marchio

Riduzione

Si consiglia di non usare la versione rotonda del marchio in dimensioni inferiori a 3 cm di diametro



Marchio

Versione rotonda
Bianco e nero



Marchio

Versione negativa
Bianco e nero



Marchio

Versione negativa
Bianco e rosso



Marchio

Applicazione su sfondi colorati



Marchio

Applicazione su sfondi fotografici







Sant'Anna
School of Advanced Studies – Pisa







Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Helvetica Neue Light
corpo 8 interlinea 9,6 pt

Corporate

Carta intestata A4
secondo foglio





Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Area xxxxxxxx
Responsabile xxxxxxxx

Spett.le
xxxxxxxxxx
Via xxxxxx Città xxxxxxxxxxxxxxxx

Pisa xx/xx/xxxx

In soluta conclusionemque vel, pro ei omnes nullam admodum. Alii scaevola probatus in sed, prima civibus forensibus eu vix. Sed ubique aeterno luptatum ea, eu laudem expetenda assentior vis. Altera tractatos vis cu, et illud fastidii facilis duo, in nec quod proba aperiam. No suavitate assueverit vix, mei atqui nulla soleat an.

Eam iusto ponderum petentium eu, eum simul imperdierit sadipscing no. Ut officis sapientem est, ea vel apeirian persequeris, qui quem feugait incorrupte in. Cum ea dicat verear delectus. Ad usu inani ornatus efficiendi, omnesque detraxit sea ex. At his summo mollis. Et democritum expetendis mei. Consequat adversarium ex quo, usu ne ceteros periculis.

Pro te dicat quidam maluisset, verterem repudiare percipitur ea eum. Vel ut iriure impetus, sit sonet quando interesset ex, quo mundi voluptatum te. Has an meis torquatos. Ei latine molestie delectus ius, duo dicit option vocibus no, dicat cita rationibus cu mei. Volutpat prodesset vituperatoribus at cum. Amet conceptam reprimique et sea.

Ei nam audire detracto aliquyam, nisl wisi nec et. Prompta accusata scribentur ei eam, ne postea docendi his, vocent timeam mei et. Tale omnes an mel, quis cita platonem mea eu. Cu vis dicant delectus vivendum, mollis disputando in sit, dicat iusto docendi usu an. Et quo hinc meliore maluisset, ea vis graeco denique mediocritatem. Ex mea mundi volumus detraxit, vis ea movet placerat partiendo, ea mel alterum appareat.

Arial Regular
corpo 8 interlinea 9,6 pt

Helvetica Neue Light
corpo 8 interlinea 9,6 pt



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

La Rettrice

Bodoni BE
corpo 10

Arial Regular
corpo 8 interlinea 9,6 pt

Helvetica Neue Light
corpo 8 interlinea 9,6 pt



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Il Direttore Generale

Bodoni BE
corpo 10

Arial Regular
corpo 8 interlinea 9,6 pt

Helvetica Neue Light
corpo 8 interlinea 9,6 pt

Corporate

Biglietto di cortesia



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Corporate

Biglietto di cortesia con A



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



Corporate

Busta americana



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Scuola Superiore Sant'Anna
Piazza Martiri della Libertà, 33 – 56127 Pisa
www.santannapisa.it

Corporate

Busta americana con A



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Scuola Superiore Sant'Anna
Piazza Martiri della Libertà, 33 - 56127 Pisa
www.santannapisa.it



Corporate

Busta americana personalizzata



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

La Rettrice

Scuola Superiore Sant'Anna
Piazza Martiri della Libertà, 33 – 56127 Pisa

Helvetica Neue Light
corpo 8 pt

Corporate

Busta americana personalizzata con A



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

La Rettrice

Scuola Superiore Sant'Anna
Piazza Martiri della Libertà, 33 - 56127 Pisa



Helvetica Neue Light
corpo 8 pt



Sant'Anna

Scuola Universitaria Superiore Pisa

Sabina Nuti

Rettrice

Scuola Superiore Sant'Anna

Piazza Martiri della Libertà, 33 - 56127 Pisa

Tel: +39.050.883376 rettrice@sssup.it

Bodoni BE Regular
corpo 10 interlinea 12 pt

Helvetica Neue Light
corpo 8 interlinea 9,6 pt

 **Sant'Anna**
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Sabina Nuti
Rettrice

Scuola Superiore Sant'Anna
Piazza Martiri della Libertà, 33 - 56127 Pisa
+39 050 883376 | +39 348 0000000
rettrice@santannapisa.it

Helvetica Neue Bold
corpo 11

Helvetica Neue Light
corpo 8 interlinea 9,6 pt



Scuola Superiore Sant'Anna
Piazza Martiri della Libertà, 33 - 56127 Pisa
Tel. +39.050.883370 info@sssup.it
pec@sssup.unipi.it





Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

A





Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Siamo lieti di invitare la S.V. al convegno

Titolo titolo titolo

25 Settembre 2015

ore 10.00

Lorem ipsum dolor sit amet

Scuola Superiore Sant'Anna
Piazza Martiri della Libertà, 33 – 56127 Pisa
Tel: +39.050.883376 info@sssup.it



**In soluta conclusionemque vel, pro ei omnes
nullam admodum. Alii scaevola probatus in sed,
prima civibus forensibus eu vix.
Sed ubique aeterno luptatum ea, eu laudem
expetenda assentior vis. Altera tractatos vis cu,
et illud fastidii facilisis duo, in nec quod probo
aperiam. No suavitate assueverit vix, mei atqui
nulla soleat an.**

Grazie per la collaborazione



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



**In soluta conclusionemque vel,
pro ei omnes nullam admodum.
Alii scaevola probatus in sed,
prima civibus forensibus eu vix.
Sed ubique aeterno luptatum ea,
eu laudem expetenda assentior vis.
Altera tractatos vis cu, et illud fastidii
facilisis duo, in nec quod probo
aperiam. No suavitate assueverit vix,
mei atqui nulla soleat an.**

Grazie per la collaborazione



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



XX/XX/XXXX ore XX.XX
Luogo XXXXXXXXXXXX

Link per diretta:
<https://bit.ly/xxxxxx>

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Abstract

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Contatti

lorem ipsum dolor sit amet lorem ipsum dolor sit amet



XX/XX/XXXX ore XX.XX
Luogo XXXXXXXXXXXX

Link per diretta:
<https://bit.ly/xxxxxx>

Lorem ipsum

Programma

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Contatti

lorem ipsum dolor sit amet lorem ipsum dolor sit amet



XX/XX/XXXX ore XX.XX
Luogo XXXXXXXXXXXX

Link per diretta:
<https://bit.ly/xxxxxx>

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Abstract

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Programma

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Contatti

lorem ipsum dolor sit amet lorem ipsum dolor sit amet

Scuola
Superiore
Sant'Anna



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



Scuola Superiore Sant'Anna

MANUALE D'USO PER GLI UTENTI ABILITATI

Sezione 1. Funzionalità di base

Sezione 1. Funzionalità di base e primi elementi di accesso	4
1.1 Abilitazione	4
1.2 Login	4
1.3 Accesso ai contenuti di pertinenza e modifica	4
1.4 Creazione di un nuovo contenuto di pertinenza	4
Creazione e compilazione di un nuovo contenuto, modifica di un contenuto esistente	5
2.1 Alta Formazione	6
2.2 Assegni di ricerca e Selezioni per incarichi esterni	7
2.3 Borse e Contributi	8
2.4 Contratti pubblici di lavori, servizi e forniture e Procedure in economia e negoziate	9
2.5 Documenti	9
2.6 Elezione	10
2.7 Evento	10
2.8 Gare d'appalto	11
2.9 Istanza Master (Master)	12
2.10 Multimedia	13
2.11 News	14
2.12 News Biblioteca	15
2.13 Pagina Base	15
2.14 Progetto	17
2.15 Selezioni	18
2.16 Spin-off	18
Gestione della lingua e traduzione dei contenuti	19
3.1 Processo base di traduzione	19
Sezione 2. Modifica del profilo personale	22
4.1 Accesso alla pagina personale	22
4.2 Accesso alla pagina personale, compilazione e modifica dei campi	22
Sezione 3. Attività redazionali avanzate	25

5.1 Gestione autonoma del Magazine Scuola	25
5.2 Edizione dei blocchi News	25
5.3 Edizione blocco video con due contributi in evidenza	25
5.4 Gestione blocco Eventi, blocco Comunicati stampa	25
5.5 Blocco News in homepage www.santannapisa.it e gestione banner in testata	26
6. Gestione viste documentali ‘Statuto e Fonti Interne’	26
7. Gestione sezione Amministrazione	27
8. Pagine speciali	27
8.1 Timeline	27
8.2 Pagina di snodo	27
8.3 Info per	27

Sezione 1. Funzionalità di base e primi elementi di accesso

1.1 Abilitazione

Ciascun utente è abilitato in base al tipo di contenuto che si trova a creare/modificare nel corso della sua attività editoriale specifica. In prossimità dello start del sito sono stati assegnati un certo numero di permessi ereditati dalla precedente versione del medesimo, altri sono stati attribuiti su richiesta della responsabile dell'Area Relazioni Esterne e Comunicazione dott.ssa Chiara Busnelli. Per richiedere una modifica o un ampliamento dei propri permessi redazionale è necessario comunicarlo tramite e-mail all'indirizzo pubblicazione_web@santannapisa.it.

1.2 Login

Condizione necessaria per procedere alla modifica dei propri contenuti di pertinenza è eseguire la login.

1. Cliccare sul tasto LOGIN in alto a sinistra dello schermo
2. Inserire nella web form le medesime credenziali utilizzate per l'accesso ai servizi di posta elettronica

Una volta eseguita correttamente la login verrà visualizzata una barra di colore nero al di sotto della testata del sito che riporta il - tra le eventuali disponibilità - il tasto CONTENUTO.

1.3 Accesso ai contenuti di pertinenza e modifica

È possibile accedere ai contenuti di pertinenza cliccando sul tasto CONTENUTO.

La schermata mostrerà a questo punto una tabella filtrabile all'interno della quale reperire i contenuti per i quali si è in possesso di un permesso redazionale. Altresì, modalità più adatta al reperimento veloce del contenuto che si intende modificare, è possibile recarsi sulla pagina in questione in modalità utente. Se la login è stata effettuata correttamente, in alto a sinistra al di sotto della testata comparirà il tasto MODIFICA.

Una volta eseguite le modifiche del caso è necessario cliccare sul tasto SAVE e attendere il caricamento del frontend. A questo punto è possibile visionare le modifiche effettuate.

1.4 Creazione di un nuovo contenuto di pertinenza

È possibile creare nuovi contenuti di pertinenza in base ai permessi associati.

1. Eseguita la LOGIN cliccare sul tasto CONTENUTO
2. In alto a sinistra cliccare sul tasto ADD CONTENT
3. Scegliere il contenuto da compilare

Creazione e compilazione di un nuovo contenuto, modifica di un contenuto esistente

I contenuti di base (content type) attualmente disponibili alla redazione autonoma sono (in ordine alfabetico):

- Alta Formazione
- Assegni di ricerca e Selezioni per incarichi esterni
- Borse e Contributi
- Contratti pubblici di lavori, servizi e forniture e Procedure in economia e negoziate
- Documenti
- Elezione
- Evento
- Gare d'appalto
- Istanza master
- Multimedia
- News
- News Biblioteca
- Pagina base
- Progetto
- Selezioni
- Spin-off
- Struttura

Pur sfruttando una grammatica redazionale comune - il che rende immediatamente deducibili alcune lavorazioni basilari - le diverse tipologie di contenuto sono caratterizzate da funzionalità diverse a seconda del loro uso.

IMPORTANTE: Accanto al titolo del content type in corso di creazione/salvataggio è presente un flag dinamico 'Pubblicato'. Nel caso in cui il redattore volesse avviare la compilazione e quindi concluderla in un secondo momento salvando le modifiche fino a quel punto elaborate, può cliccare in corrispondenza del suddetto bottone.

2.1 Alta Formazione

Contesto: il contenuto Alta Formazione è valorizzato nella vista generale <https://www.santannapisa.it/it/formazione/corsi-di-alta-formazione>, in base a due criteri: stato del concorso e data di scadenza iscrizione.

Le componenti del back-end per cui è richiesta la pubblicazione sono:

Titolo obbligatorio: titolo del contenuto

Sottotitolo: elemento secondario del contenuto che può riportare elementi complementari (come per esempio l'indicazione della lingua utilizzata per il corso 'IT ONLY')

Titolo card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. Il titolo riportato nella vista può essere distinto dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto. Inserire qui il titolo che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto.

Sommario card: lo stesso procedimento indicato per il 'Titolo card' vale per il 'Sommario card'.

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Area tematica: Selezionare una o più voci di pertinenza.

Sede: Inserire per esteso, laddove possibile, l'indirizzo di svolgimento, oppure inserire una dicitura più generica, legata al Paese di svolgimento o alla città.

Scadenza iscrizione: selezionare a partire dal calendario presente l'ultimo giorno utile per l'immissione delle domande di partecipazione.

Campi di compilazione semplice (Crediti CFU, Ore formazione, Ore aula, Numero massimo di partecipanti, Quota iscrizione): inserire a mano libera i dati relativi.

Descrizione: inserire il testo descrittivo del corso di Alta Formazione. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML Completo' per inserire il testo direttamente dal back-end del sito. Per la modalità copia-incolla da un documento esterno, seleziona 'HTML base'

Contatto: inserire i dati relativi a un contatto (il campo può essere reiterato a piacimento). Utilizzando questa tipologia di campo i dati verranno formattati a destra dello schermo in un box apposito.

Soggetto: selezionare la voce di pertinenza.

Stato corso: selezionare se il corso è 'In corso' oppure 'In Archivio'. Attenzione: l'archiviazione del contenuto, e quindi il suo posizionamento all'interno della relativa vista di raccolta, è un'attività manuale a descrizione del redattore.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

Durata: Inserire il tempo di svolgimento del corso in questione.

2.2 Assegni di ricerca e Selezioni per incarichi esterni

Contesto : il contenuto è valorizzato nella vista https://www.santannapisa.it/it/cerca-selezioni?categories%5B0%5D=assegni_di_ricerca, ed è - nella maggioranza delle occorrenze - gestito attraverso il portale GBC di Anthesi. È possibile altresì gestire l'inserimento di un nuovo contenuto anche manualmente.

Titolo: titolo del contenuto

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Tipologia contratto: selezionare la tipologia di contratto di riferimento.

ID Bando: il campo in questione viene valorizzato in automatico quando il contenuto è inserito lato GBC - Anthesi. Diversamente va ignorato.-

Stato: settare lo stato 'Attivo' per consentire la visualizzazione del contenuto nella succitata vista di contesto.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

N. Assegni: campo a compilazione manuale

Durata: settare il dato a partire dal calendario.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML Completo'.

Sede colloqui: Inserire per esteso, laddove possibile, l'indirizzo di svolgimento, oppure inserire una dicitura più generica, legata al Paese di svolgimento o alla città.

Testo aggiuntivo: nel caso in cui il contenuto sia stato inserito lato GBC - Anthesi, il suddetto verrà sincronizzato con il database della Scuola tutti i giorni in orario notturno, In questo modo il contenuto pubblicato sul sito e quello presente nel suddetto DB saranno sempre allineati. Allo stesso tempo, tuttavia, questo non consente di poter modificare lato editor Drupal nessun elemento del contenuto, tranne che quelli riportati in questo campo, come per esempio avvisi, istruzioni, indicazioni importanti non previste in sede di primo inserimento lato GBC - Anthesi.

Allegati esterni: campo dedicato agli allegati inseriti lato GBC - Anthesi.

Graduatoria esterna: campo dedicato agli allegati inseriti lato GBC - Anthesi.

Albo On Line: settare il tempo di pubblicazione sulla vista dedicata agli obblighi di pubblicazione on line: <https://www.santannapisa.it/it/albo-on-line>

Richiedente: campo auto-complete in cui indicare il soggetto che ha richiesto la procedura.

Ammessi al colloquio: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

Tipo: settare la voce relativa al tipo di procedimento in corso di pubblicazione.

Titolo esteso: campo da valorizzare nel caso in cui il titolo obbligatorio non fosse sufficiente per numero di caratteri.

Termine presentazione domanda, Data dei colloqui, Data pubblicazione graduatoria, Data ammissione colloqui: campi a compilazione libera a partire dal calendario.

Sede del colloquio: inserire qui, secondo la disposizione dei diversi campi, le indicazioni relative alla sede di svolgimento (eventuale)

Allegati, Graduatoria: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

Proponente: campo auto-complete in cui indicare il soggetto che ha proposto la procedura.

2.3 Borse e Contributi

Contesto: il contenuto è valorizzato nella vista <https://www.santannapisa.it/it/cerca-concorsi?categories%5B0%5D=borse>

Titolo: titolo del contenuto

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML COmpleto'.

Tipologia di Borse e Contributi: selezionare la tipologia di riferimento tra quelle che vengono visualizzate nella tendina.

Albo On Line: settare il tempo di pubblicazione sulla vista dedicata agli obblighi di pubblicazione on line: <https://www.santannapisa.it/it/albo-on-line>

Contatto: inserire qui, secondo la disposizione dei diversi campi, le indicazioni relative ai contatti. Il paragrafo e i relativi campi sono reiterabili.

Data pubblicazione: selezionare a partire dal calendario la data dell'avvenuta pubblicazione.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

Stato: settare lo stato 'Attivo' per consentire la visualizzazione del contenuto nella succitata vista di contesto.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

2.4 Contratti pubblici di lavori, servizi e forniture e Procedure in economia e negoziate

Contesto: il contenuto è valorizzato nella vista https://www.santannapisa.it/it/cercare?categories%5B0%5D=contratti_pubblici_e_procedure

Titolo: titolo del contenuto

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura ‘HTML Completo’.

Tipologia Gare e Contratti: selezionare la tipologia di riferimento tra quelle che vengono visualizzate nella tendina.

Albo On Line: settare il tempo di pubblicazione sulla vista dedicata agli obblighi di pubblicazione on line: <https://www.santannapisa.it/it/albo-on-line>

Richiedente: campo auto-complete in cui indicare il soggetto che ha richiesto la procedura.

Stato: settare lo stato ‘Attivo’ per consentire la visualizzazione del contenuto nella succitata vista di contesto.

Tipo: settare la voce relativa al tipo di procedimento in corso di pubblicazione.

Anno di riferimento: settare una data a partire dal calendario presente.

Data di pubblicazione: settare una data a partire dal calendario presente.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto ‘Add media’.

2.5 Documenti

Contesto: il tipo di contenuto ‘Documento’ è variamente utilizzato in alcune viste posizionate all’interno del sito della Scuola Superiore Sant’Anna. In particolare è utilizzato per i la visualizzazione dei Tassi di Presenza/Assenza mensili (<https://www.santannapisa.it/it/file-search/290>) e per i comunicati stampa del Sant’Anna Magazine (<https://www.santannapisa.it/it/comunicati-search>)

Titolo: titolo del contenuto

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura ‘HTML Completo’.

File: inserire un solo allegato, assegnandogli un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto ‘Add media’.

Language: selezionare lingua italiana.

Data documento: data di pubblicazione del documento.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

Tipologia File: selezionare la voce di pertinenza, a seconda della vista in cui il documento dovrà essere raccolto e visualizzato.

Albo On Line: settare il tempo di pubblicazione sulla vista dedicata agli obblighi di pubblicazione on line:
<https://www.santannapisa.it/it/albo-on-line>

2.6 Elezione

Contesto: il contenuto è valorizzato nella vista <https://www.santannapisa.it/it/ricerca-elezioni>

Titolo: titolo del contenuto

Sottotitolo: elemento secondario del contenuto che può riportare elementi complementari (come per esempio la data di svolgimento dell'elezione)

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML Completo'.

Anno: selezionare la data di svolgimento del procedimento elettivo.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

Albo On Line: settare il tempo di pubblicazione sulla vista dedicata agli obblighi di pubblicazione on line:
<https://www.santannapisa.it/it/albo-on-line>

2.7 Evento

Contesto: il contenuto è valorizzato nella vista <https://www.santannapisa.it/it/cerca-eventi/forthcoming> così come nel box dedicato in homepage del sito e così nel box a due elementi presente al di sopra dei credits del Sant'Anna Magazine (<https://www.santannapisa.it/it/santanna-magazine>)

Titolo: titolo del contenuto

Titolo card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. Il titolo riportato nella vista può essere distinto dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto. Inserire qui il titolo che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto.

Immagine card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. L'immagine mostrata nella vista può essere distinta da quella utilizzata per la creazione del contenuto. Inserire

qui l'immagine che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso da quella utilizzata per la creazione del contenuto.

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Sottotitolo: elemento secondario del contenuto che può riportare elementi complementari

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML Completo'.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

Stato Evento: selezionare lo stato 'In corso'. Attenzione: il sistema porrà in archivio il singolo contenuto una volta superata la data o la discrezione temporale inserita nell'apposito campo.

Immagine: inserire un'immagine di copertina. In caso contrario il campo in questione non venisse valorizzato, il sistema prevede la visualizzazione di un placeholder a carattere istituzionale.

Immagini: se necessario, inserire una o più immagini per comporre una gallery.

Date: inserire la data e l'ora di inizio dell'evento

Data fine: inserire, se necessario, la data e l'ora di fine dell'evento.

Sede Ref: nel sistema sono state inserite diverse sedi con le rispettive annotazioni (indirizzo, città, ecc.). Nel caso in cui la sede dell'evento non fosse compresa nell'evento si seguano pure le indicazioni relative al campo 'Indirizzo'.

Indirizzo: compilare la form relativa all'indirizzo di svolgimento dell'evento.

Contatto: inserire qui, secondo la disposizione dei diversi campi, le indicazioni relative ai contatti. Il paragrafo e i relativi campi sono reiterabili.

Soggetto: Soggetto: selezionare la voce di pertinenza.

Tipologia: Selezionare la tipologia di evento. Oltre a un'etichetta visibile nella pagina del contenuto, tale selezione consente di valorizzare il box dedicato agli eventi in homepage del sito della Scuola Superiore Sant'Anna.

Video: inserire, se necessario, e un file video (formato mpeg4).

2.8 Gare d'appalto

Contesto: il contenuto è valorizzato nella vista https://www.santannapisa.it/it/cerca-gare?categories%5B0%5D=gare_appalto

Titolo: titolo del contenuto.

Language: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura ‘HTML COmpleto’.

Data pubblicazione bando: a partire dal calendario inserire la data di avvenuta pubblicazione del bando.

Termine presentazione offerta: a partire dal calendario inserire l’ultima data utile per la presentazione dell’offerta relativa al bando di cui sopra.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto ‘Add media’.

Stato: settare lo stato ‘Attivo’ per consentire la visualizzazione del contenuto nella succitata vista di contesto.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

Valore: campo di compilazione a mano libera.

Tipologia: selezionare la tipologia di riferimento tra quelle che vengono visualizzate nella tendina.

Albo On Line: settare il tempo di pubblicazione sulla vista dedicata agli obblighi di pubblicazione on line: <https://www.santannapisa.it/it/albo-on-line>.

2.9 Istanza Master (Master)

Contesto: il contenuto è valorizzato all’interno dei due canali presenti al link <https://www.santannapisa.it/it/formazione/master-universitari>.

Master I Livello: <https://www.santannapisa.it/it/master-i-livello>

Master II Livello: <https://www.santannapisa.it/it/master-ii-livello>

All’interno di queste pagine ‘vetrina’ vengono visualizzati gli elementi ‘card’ compilati all’interno dei singoli contenuti.

Titolo: titolo del contenuto

Titolo card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. Il titolo riportato nella vista può essere distinto dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto. Inserire qui il titolo che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto.

Sommario card: lo stesso procedimento indicato per il ‘Titolo card’ vale per il ‘Sommario card’.

Immagine card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. L’immagine mostrata nella vista può essere distinta da quella utilizzata per la creazione del contenuto. Inserire qui l’immagine che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso da quella utilizzata per la creazione del contenuto.

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura ‘HTML COmpleto’.

Sede: campo di compilazione a mano libera.

Immagine principale: foto di copertina visualizzata nello header della pagina, in alto a destra.

Video testata: inserire un video che verrà visualizzata, in alternativa all’immagine, nello header della pagina, in alto a destra.

Crediti CFU, Ore formazione, Ore aula, Numero massimo di partecipanti, Quota iscrizione: campi di compilazione manuale.

Attività / Aziende: box dedicato all’elenco, eventuale, di aziende, che a vario titolo compaiono nella definizione del Master.

Scadenza iscrizione: inserire a partire dal calendario l’ultima data utile per l’inserimento della domanda.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto ‘Add media’.

Contatto: inserire qui, secondo la disposizione dei diversi campi, le indicazioni relative ai contatti. Il paragrafo e i relativi campi sono reiterabili.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

Immagini: se necessario, inserire una o più immagini per comporre una gallery.

Video: inserire, se necessario, e un file video (formato mpeg4).

Durata: a partire dal calendario inserire gli estremi della durata del Master.

2.10 Multimedia

Contesto: il contenuto è valorizzato nella vista <https://www.santannapisa.it/it/multimedia-archive>

Titolo: titolo del contenuto.

Video Thumb: inserire un’immagine relativa al multimedia in corso di creazione. Nel caso in cui il campo non fosse valorizzato, al salvataggio, verrà visualizzato un placeholder a carattere istituzionale.

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

Video Embedded: inserire la url del video precedentemente caricato su youtube o su Vimeo.

Video: inserire, se necessario, e un file video (formato mpeg4).

Audio: inserire, se necessario, un file audio (formato mp3)

Video esterno: inserire il link alla pagina in cui è posizionato il video che si vuole associare al contenuto in corso di creazione.

2.11 News

Contesto: il tipo di contenuto è gestito per la maggior parte della sua casistica nel layout del Magazine Scuola: <https://www.santannapisa.it/it/santanna-magazine> (la gestione e modifica di questo specifico layout è oggetto della Sezione 2 del presente manuale, dal titolo “Funzionalità avanzate”). Il tipo di contenuto può essere valorizzato anche all’interno di contenuti di tipo ‘Pagine’ (si veda più avanti nel presente manuale) e in tipologie speciali come Pagine di snodo e Info per (la gestione e modifica di queste tipologie speciali è oggetto della Sezione 2 del presente manuale, dal titolo “Funzionalità avanzate”).

Titolo: titolo del contenuto.

Titolo card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. Il titolo riportato nella vista può essere distinto dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto. Inserire qui il titolo che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto.

Immagine card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. L’immagine mostrata nella vista può essere distinta da quella utilizzata per la creazione del contenuto. Inserire qui l’immagine che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso da quella utilizzata per la creazione del contenuto.

Sommario: campo dedicato a una breve sintesi del contenuto che al salvataggio viene visualizzata nello header, al di sotto del titolo principale.

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura ‘HTML Completo’.

Immagine principale: foto di copertina visualizzata nello header della pagina, in alto a destra.

Immagini: se necessario, inserire una o più immagini per comporre una gallery.

Video: inserire, se necessario, un file video (formato mpeg4).

Video Embedded: inserire la url del video precedentemente caricato su youtube o su Vimeo.

Data pubblicazione: inserire a partire dal calendario la data di pubblicazione del contenuto.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

Tematiche: campo di inserimento a mano libera. Attenzione: la creazione di un corpus di tematiche e la reiterazione delle medesime voci durante la creazione di contenuti della stessa tipologia, migliora la loro ricercabilità all’interno del motore di ricerca del sito della Scuola Superiore Sant’Anna.

Documenti: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto ‘Add media’.

Collegamenti: campo di inserimento a mano libera. Inserire qui le url di quelle pagine e/o siti cui si desidera conferire notorietà. I suddetti saranno valorizzati all’interno di un box posizionato in alto a destra della pagina, al di sotto dello header.

2.12 News Biblioteca

Contesto: il tipo di contenuto è valorizzato nella homepage della Biblioteca <https://www.santannapisa.it/it/biblioteca> e nella vista <https://www.santannapisa.it/it/news-biblioteca>

Titolo: titolo del contenuto

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura ‘HTML COmpleto’.

Contenuto: settare la voce di riferimento.

Tipologia: settare la voce di riferimento.

Immagine principale: foto di copertina visualizzata nello header della pagina, in alto a destra.

Immagini: se necessario, inserire una o più immagini per comporre una gallery.

Video: inserire, se necessario, e un file video (formato mpeg4).

Video Embedded: inserire la url del video precedentemente caricato su youtube o su Vimeo.

Data pubblicazione: inserire a partire dal calendario la data di pubblicazione del contenuto.

Documenti: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto ‘Add media’.

2.13 Pagina Base

Contesto: Il tipo di contenuto è alla base di buona parte del sito della Scuola Superiore Sant’Anna. Le pagine base non sono disciplinate in viste, come alcuni dei contenuti citati fino a questo punto, ma possono essere valorizzate in sezioni di navigazione (la gestione e modifica di queste tipologie speciali è oggetto della Sezione 2 del presente manuale, dal titolo “Funzionalità avanzate”), compilando i campi ‘card’ presenti nel backend del tipo di contenuto.

Titolo: titolo del contenuto.

Titolo formattato: campo a mano libera all’interno del quale è possibile inserire tag html per eventuali caratterizzazioni grafiche (</br>, <bold>, , ecc.).

Titolo card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. Il titolo riportato nella vista può essere distinto dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto. Inserire qui il titolo che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto.

Etichetta testuale in overlay sulla card: è possibile che la card relativa al nodo non valorizzi l'immagine caricata nel campo 'Immagine card', ma segua un layout di diverso tipo (selezionabile a partire dal tasto 'Layout' del campo 'Navigazione di Primo Livello'). In questo caso è possibile sovrainprimere un titolo a mano libera.

Sommario card: lo stesso procedimento indicato per il 'Titolo card' vale per il 'Sommario card'.

Immagine card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. L'immagine mostrata nella vista può essere distinta da quella utilizzata per la creazione del contenuto. Inserire qui l'immagine che si desidera visualizzare nella vista in caso in cui sia diverso da quella utilizzata per la creazione del contenuto.

Sommario: campo dedicato a una breve sintesi del contenuto che al salvataggio viene visualizzata nello header, al di sotto del titolo principale.

Pulsante back: campo autocompleto dove è possibile selezionare il nodo/pagina verso il quale orientare la navigazione (è usato soprattutto per pagine non inserite all'interno di un menu contestuale).

Corpo: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML Completo'.

Sezione loghi: Inserire uno o più loghi, che al salvataggio verranno quindi visualizzati subito dopo il corpo pagina.

Logo: inserire un solo logo che al salvataggio verrà visualizzato in alto a destra, allineato al corpo pagina, al di sotto dello header.

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Immagine principale: foto di copertina visualizzata nello header della pagina, in alto a destra.

Immagini: se necessario, inserire una o più immagini per comporre una gallery.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

Video Embedded: inserire la url del video precedentemente caricato su youtube o su Vimeo.

Video: inserire, se necessario, e un file video (formato mpeg4).

Contatto: inserire i dati relativi a un contatto (il campo può essere reiterato a piacimento). Utilizzando questa tipologia di campo i dati verranno formattati a destra dello schermo in un box apposito.

Persone: campo di compilazione autocompleto avanzato grazie al quale è possibile visualizzare l'alberatura di un organico, come per esempio accade qui <https://www.santannapisa.it/it/ateneo/senato-accademico>

News: è possibile richiamare all'interno della 'Pagina' tipi di contenuto 'News', attraverso i campi autocomplete, nel formato card.

Sezione notizie ed eventi associati: è possibile richiamare all'interno della 'Pagina' tipi di contenuto 'News' e tipi di contenuto 'Evento', attraverso i campi autocomplete, nel formato card.

Sezione navigazione di primo livello: è possibile richiamare all'interno della 'Pagina' diverse tipologie di contenuto, attraverso i campi autocomplete, nel formato card.

Istituto: nel caso di pagine appartenenti ai menu contestuali degli Istituti, selezionare l'Istituto di pertinenza.

2.14 Progetto

Contesto: il tipo di contenuto è valorizzato in viste collegate ai menu dei singoli istituti, come per esempio: <https://www.santannapisa.it/it/istituto/dirpolis/progetti>

Titolo: titolo del contenuto.

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Titolo esteso: campo da valorizzare nel caso in cui il titolo obbligatorio non fosse sufficiente per numero di caratteri.

Responsabili scientifici: campo autocomplete al cui interno inserire i nominativi dei Responsabili Scientifici, se presenti.

Categoria Progetto: selezionare la categoria di riferimento.

Ruolo della Scuola: selezionare il ruolo di riferimento

Partner di Progetto: selezionare il partner di riferimento.

Tipo di finanziamento: selezionare il tipo di finanziamento di riferimento.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML Completo'.

Logo: inserire un solo logo che al salvataggio verrà visualizzato in alto a destra, allineato al corpo pagina, al di sotto dello header.

Immagini: se necessario, inserire una o più immagini per comporre una gallery.

Video: inserire, se necessario, e un file video (formato mpeg4).

Video Embedded: inserire la url del video precedentemente caricato su youtube o su Vimeo.

Allegati / Documenti: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

Sito web: inserire eventuali riferimenti a siti o pagine di sito esterne a www.santannapisa.it

Durata: inserire a partire dal calendario gli estremi della durata prevista per il progetto.

2.15 Selezioni

Contesto: il tipo di contenuto è valorizzato nella vista <https://www.santannapisa.it/it/cerca-selezioni>

Titolo: titolo del contenuto.

Titolo esteso: campo da valorizzare nel caso in cui il titolo obbligatorio non fosse sufficiente per numero di caratteri.

Language: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Tipologia Selezione e Concorsi: selezionare la tipologia di riferimento.

Soggetto: settare il soggetto scientifico di riferimento.

Stato: settare lo stato 'Attivo' per consentire la visualizzazione del contenuto nella succitata vista di contesto.

Data pubblicazione: selezionare a partire dal calendario la data di pubblicazione del contenuto.

Termine presentazione domanda: selezionare a partire dal calendario l'ultimo giorno utile per l'immissione della domanda di partecipazione.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML Completo'.

Allegati: inserire eventuali allegati, assegnando loro un titolo, secondo le modalità esplicitate dalla modale che appare sullo schermo una volta cliccato sul tasto 'Add media'.

Contatto: inserire i dati relativi a un contatto (il campo può essere reiterato a piacimento). Utilizzando questa tipologia di campo i dati verranno formattati a destra dello schermo in un box apposito.

Albo on line: Albo On Line: settare il tempo di pubblicazione sulla vista dedicata agli obblighi di pubblicazione on line: <https://www.santannapisa.it/it/albo-on-line>.

2.16 Spin-off

Contesto: il tipo di contenuto è valorizzato nella vista <https://www.santannapisa.it/it/spin-off>

Titolo: titolo del contenuto.

Titolo card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. Il titolo riportato nella vista può essere distinto dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto. Inserire qui il titolo che si desidera visualizzare nella vista nel caso in cui sia diverso dal titolo utilizzato per la creazione del contenuto.

Sommario card: lo stesso procedimento indicato per il 'Titolo card' vale per il 'Sommario card'.

Sommario: campo dedicato a una breve sintesi del contenuto che al salvataggio viene visualizzata nello header, al di sotto del titolo principale.

Immagine card: Il contenuto può comparire, a discrezione del redattore, in una o più viste a gestione custom. L'immagine mostrata nella vista può essere distinta da quella utilizzata per la creazione del contenuto. Inserire qui l'immagine che si desidera visualizzare nella vista in caso in cui sia diverso da quella utilizzata per la creazione del contenuto.

Lingua: settare la versione linguistica per la quale il contenuto deve essere visualizzato.

Body: inserire il testo descrittivo e le informazioni che si vogliono veicolare. Importante: selezionare dalla tendina al di sotto del campo la modalità di scrittura 'HTML Completo'.

Anno di Costituzione: inserire l'anno di costituzione relativo.

Sito web: inserire eventuali riferimenti a siti o pagine di sito esterne a www.santannapisa.it

Settore: scegliere il settore di riferimento.

Sede: compilare i campi della sezione per visualizzare la sede relativa.

Immagine principale: foto di copertina visualizzata nello header della pagina, in alto a destra.

Video: inserire, se necessario, e un file video (formato mpeg4).

Video Embedded: inserire la url del video precedentemente caricato su youtube o su Vimeo.

Photogallery: se necessario, inserire una o più immagini per comporre una gallery.

Servizi/prodotti: inserire le informazioni relative. Campo di compilazione a mano libera.

Gestione della lingua e traduzione dei contenuti

La lingua master del sito www.santannapisa.it è l'italiano. Esiste, di concerto, anche una versione del sito in lingua inglese. Le due versioni (ITA | ENG) identificano, in linea di massima, la lingua in cui sono esposti i contenuti. Nulla vieta, tuttavia, che nella versione italiana si ritrovino contenuti esposti in lingua inglese, nel caso in cui quel particolare contenuto 'parli' esclusivamente quella lingua, e sia quindi così fruibile in entrambe le versioni linguistiche del sito.

3.1 Processo base di traduzione

Tutti i contenuti del sito sono passibili di traduzione. La condizione per poter tradurre un qualsiasi contenuto è quella di impostare la lingua (Lingua/Language: vedi il capitolo 2 del presente manuale) in italiano. Una volta salvato il contenuto in questa modalità, sarà sempre possibile tradurlo in lingua inglese cliccando sul tasto 'Traduci', visibile in alto a sinistra, al di sotto dello header, accanto al tasto di accesso al backend 'Modifica'.

Dopo aver cliccato sul tasto **'Traduci'**:

1. Accendere la versione inglese cliccando sul tasto posizionato nella riga 'Eng' della tabella che viene visualizzata.
2. Si atterrà in questo modo nel backend della versione inglese del contenuto in corso di traduzione.
3. Il backend (nelle parti del titolo e del corpo testo) risulterà compilato così come lo è nella versione italiana. È necessario sovrascrivere la versione inglese e quindi salvare.
4. Eseguire lo switch a partire dalle tab presenti accanto al motore di ricerca in alto dello schermo, verificando così che le due versioni linguistiche ottenute siano coerenti.



Scuola Superiore Sant'Anna

MANUALE D'USO PER GLI UTENTI ABILITATI

Sezione 2. Modifica del profilo personale (pagina 'Persona')

Sezione 2. Modifica del profilo personale

4.1 Accesso alla pagina personale

Hanno accesso alla propria pagina personale i docenti, i ricercatori e i perfezionandi. All'interno di quest'ultima è possibile dare notorietà della propria attività scientifica, presente e passata, grazie al setting e alla compilazione di alcuni campi che compongono il tessuto del tipo di contenuto 'Persona'.

Per accedere alla propria pagina personale è sufficiente eseguire la login a partire dal tasto 'Login', e all'interno della form che verrà visualizzata inserire le medesime credenziali che si utilizzano per l'accesso alla posta elettronica della Scuola Superiore Sant'Anna.

4.2 Accesso alla pagina personale, compilazione e modifica dei campi

Per accedere alle modifiche alla propria pagina è sufficiente, una volta eseguita la login, inserire il proprio nominativo (nome/cognome, o solo cognome) all'interno del motore di ricerca generale del sito Scuola. In cima all'elenco dei risultati che verrà stampato si troverà appunto il rimando alla propria pagina personale.

Una volta cliccato sul proprio nominativo, si atterra sulla propria pagine personale. Cliccando quindi sul tasto 'Modifica' in alto a sinistra, si accede al backend di compilazione. Il backend prevede i seguenti campi/funzionalità:

- **Language:** Le voci della tendina consentono di gestire la versione linguistica della pagina personale. Le opzioni offerte dal sistema sono due: 1. Pagina in italiano tradotta in inglese, 2. Pagina con modalità linguistica 'Non specificato' (in uso quest'ultima per quei profili che 'parlano' solo lingua inglese e che quindi sono rivolti all'utenza esterna in quella lingua sia nella versione italiana che in quella inglese. Attenzione: non impostare mai il proprio profilo con Language = Eng. In questo modo si inibirebbe la visibilità della pagina nella versione italiana. Nel caso in cui si voglia inserire i propri dati solo in lingua inglese scegliere la modalità Language = 'Non-specificato').
- **Profilo:** All'interno della tendina al piede del campo selezionare la modalità 'HTML Completo' nel caso in cui non lo fosse già. Inserire nel corpo testo le informazioni relative alla propria biografia accademico-scientifica. Il campo verrà renderizzato nella tab di menu 'BIO'.
- **Attività principale di ricerca:** All'interno della tendina al piede del campo selezionare la modalità 'HTML Completo' nel caso in cui non lo fosse già. Inserire nel corpo testo le informazioni relative alla specificità della propria attività di ricerca (ambiti, ricerche particolari cui si voglia dare particolare risalto, ecc.)
- **Lezioni e conferenze:** All'interno della tendina al piede del campo selezionare la modalità 'HTML Completo' nel caso in cui non lo fosse già. Inserire nel corpo testo le informazioni, anche in forma di elenco, relative a quelle lezioni e a quelle conferenze cui si desidera dare risalto.

- Pubblicazioni via Iris: Il pulsante in questione è flaggato di default. Nel caso in cui non si desideri visualizzare la lista delle proprie pubblicazioni secondo la modalità standard, è sufficiente deflaggare il pulsante e utilizzare quindi il campo di compilazione a mano libera ‘Pubblicazioni’ (vedi avanti).
- Foto: Inserire una propria immagine, possibilmente di proporzioni quadrate o a sviluppo orizzontale (evitare, se possibile le foto a sviluppo verticale). In ogni caso, al caricamento dell’immagine, è possibile utilizzare uno strumento di cropping che consente di ritagliare quella parte dell’immagine che sarà visualizzata nella foto card a corredo della pagina, così come l’immagine medesima in quelle viste che lo prevedono.
- Pubblicazioni: Nel caso in cui si sia scelto di non visualizzare le pubblicazioni direttamente dal servizio Iris, è possibile inserire manualmente un elenco scelto di pubblicazioni cui dare risalto.
- Brevetti via Iris: Il pulsante in questione è flaggato di default. Nel caso in cui non si desideri visualizzare la lista dei propri brevetti secondo la modalità standard, è sufficiente deflaggare il pulsante e utilizzare quindi il campo di compilazione a mano libera Brevetti (vedi avanti).
- Brevetti: Nel caso in cui si sia scelto di non visualizzare i brevetti direttamente dal servizio Iris, è possibile inserire manualmente un elenco scelto di brevetti cui dare risalto.
- News: Inserire in questo campo un elenco scelto di rimandi a rassegne, news, video, interni o esterni al sito della Scuola Superiore Sant’Anna.
- Curriculum Vitae: Inserire un file in formato .pdf del proprio CV. La modale d’inserzione consente di caricare file già presenti nel sito della Scuola Superiore Sant’Anna, così come file caricati da una fonte esterna (il proprio desktop, un hard disk esterno, ecc.).
- Sito web (campo reiterabile): inserire uno o più rimandi a pagine o siti web (dedicati a laboratori, progetti, ecc) variamente riconducibili alla propria attività scientifica.



Scuola Superiore Sant'Anna

MANUALE D'USO PER GLI UTENTI ABILITATI

Sezione 3. Attività avanzate

Sezione 3. Attività redazionali avanzate

5.1 Gestione autonoma del Magazine Scuola

Al link <https://www.santannapisa.it/it/santanna-magazine> è visibile il magazine della Scuola Superiore Sant'Anna. La gestione redazionale del suo complesso è di carattere misto: in parte meccanizzata, in parte manuale.

La struttura editoriale del Magazine è così definita dall'alto verso il basso:

1. Blocco in testata con tre notizie in evidenza
2. Blocco centrale con due notizie in evidenza
3. Taglio basso con otto notizie in evidenza
4. Blocco video con due contributi in evidenza
5. Blocco Eventi
6. Blocco Comunicati Stampa

5.2 Edizione dei blocchi News

Per editare i blocchi ai punti da 1 a 3 della precedente struttura, una volta eseguita la login, è sufficiente cliccare sul tasto 'Layout' in alto a destra, al di sotto dello header. Collocando il cursore sul singolo blocco comparirà un pulsante all'interno di una circonferenza di colore grigio scuro. Dopo aver cliccato sul pulsante in questione scegliere l'opzione 'Configure'. Si aprirà dunque una modale composta da alcuni campi.

Nel campo denominato 'News' andranno digitati, uno alla volta, i titoli delle news che si desidera visualizzare nel singolo blocco. Il campo è autocompleta, pertanto il sistema suggerirà di volta in volta il titolo completo della news. L'ordinamento delle news può essere gestito manualmente, dopo l'inserimento, attraverso il sistema di ancoraggio esposto a sinistra di ciascuna riga.

5.3 Edizione blocco video con due contributi in evidenza

Per editare il blocco video al punto 4 della precedente struttura, collocare il cursore sul blocco e cliccare sul pulsante che viene sovrappreso (è identico a quello utilizzato per l'edizione dei blocchi 'News'). Scegliere l'opzione 'Configure' e compilare la modale che apparirà sullo schermo.

Nel campo denominato 'Video' andranno inseriti, uno alla volta, i due video cui si vuole dare evidenza. Si tratta di tipi di contenuto 'Multimedia' (vedi la sezione 1 del presente manuale) precedentemente creati e dunque 'richiamati' all'interno del campo autocompleta.

5.4 Gestione blocco Eventi, blocco Comunicati stampa

I blocchi ai punti 5 e 6 sono meccanizzati. La loro resa è dipendente dalla creazione delle tipologie di contenuto che vengono visualizzate, ovvero tipologia di contenuto 'Evento' e tipologia di contenuto 'Documento' per i quali si rimanda ai rispettivi paragrafi compresi nella sezione 1 del presente manuale.

5.5 Blocco News in homepage www.santannapisa.it e gestione banner in testata

Il Magazine gode di una sua specifica presenza anche all'interno dell'homepage del Sito della Scuola Superiore Sant'Anna. Al di sotto della testata, infatti, è presente un blocco 'News' la cui gestione è tuttavia svincolata dalla redazione dei blocchi 'Magazine' (si veda 5.1 - 5.4 della presente sezione). Per gestire la visualizzazione delle news che si intende valorizzare è sufficiente accedere al backend della stessa home page e inserire i titoli nei campi autocomplete del paragrafo denominato 'News | Blocco News'.

6. Gestione viste documentali 'Statuto e Fonti Interne'

Le sotto-pagine appartenenti al menu <https://www.santannapisa.it/it/ateneo/la-legge-istitutiva-e-lo-statuto> devono essere modificate secondo una modalità non omologa alle altre pagine del sito. Insistono su queste alcune viste documentali, disciplinate per tipologia e specifica alberatura, che mostra contenuti di tipo 'Documento' cui è stata assegnata una voce dalla tendina 'Affari Legali' interna al backend del tipo di contenuto stesso.

La gestione delle suddette sotto-pagine può riguardare 1) la modifica dei documenti già visualizzati nelle relative pagine, oppure 2) la creazione e quindi la visualizzazione di documenti nuovi nelle relative pagine.

Nel caso 1, è sufficiente ricercare il titolo del tipo di documento sul quale si desidera apportare la modifica (titolo, file contenuto nel documento, ecc.) all'interno della tabella cui si acceda cliccando sul tasto 'Contenuto' presente nella barra di colore nero dedicata alle funzioni dle sito della Scuola Superiore Sant'Anna, e selezionando nella tendina della tipologia quella di 'Documento'. Una volta trovata la giusta corrispondenza, cliccare sul tasto 'Modifica' che si visualizzerà sulla medesima riga del titolo del documento, alla destra dello schermo. In questo modo si accede al backend di un documento già esistente ed è possibile eseguire le operazioni desiderate. Infine procedere al salvataggio. È questa l'operazione più frequente, poiché i file relativi ai documenti già tassonomizzati e visualizzati nelle pagine di pertinenza subiscono frequenti aggiornamenti, innescando quindi la necessità di modificare il solo file.

Nel caso 2, si deve procedere alla creazione di un nuovo contenuto di tipo 'Documento'.

- Cliccare su 'Contenuto' nella barra delle funzionalità
- Cliccare su 'Add content' in alto a destra dello schermo
- Scegliere il tipo di contenuto 'Documento'
- Inserire titolo nel campo relativo e allegare il file che deve essere visualizzato nella pagina di pertinenza.
- Nella tendina denominata 'Affari legali' scegliere la collocazione del documento nell'alberatura prevista per la sezione 'Statuto e Fonti interne'. Al salvataggio, il sistema, collocherà il documento appena creato all'interno della vista di pertinenza.

7. Gestione sezione Amministrazione

La sezione <https://www.santannapisa.it/it/amministrazione> è gestita da una tipologia di contenuto alternativa, rispetto alle altre attive all'interno del sito della Scuola Superiore Sant'Anna. L'alberatura e così le singole pagine, infatti, sono costituite da tassonomie editabili. Il comportamento editoriale/redazionale è identico alle altre occorrenze. L'unica differenza riguarda lo status delle pagine afferenti alla sezione 'Amministrazione', le quali sono reperibili qui

<https://www.santannapisa.it/it/admin/structure/taxonomy/manage/amministrazione/overview>

oppure, una volta eseguita la login da parte dell'Amministratore del sito, risultano modificabili attraverso la presenza del tasto 'Modifica' presente in alto a sinistra, al di sotto dello header.

8. Pagine speciali

8.1 Timeline

La pagina <https://www.santannapisa.it/it/ateneo/timeline> gode di uno statuto speciale all'interno del sito web della Scuola Superiore Sant'Anna. In essa, infatti, vengono visualizzati card dotate di titolo, occhiello e immagine disposte lungo una linea temporale.

Le card in questione appartengono al tipo di contenuto 'Pagina', all'interno della quale è stato flaggata la funzione 'Oggetto della timeline' (in fondo al backend del contenuto di tipo 'Pagina') e inserito un numero relativo alla posizione all'interno della linea temporale (campo denominato 'Ordine nella timeline').

8.2 Pagina di snodo

La 'Pagina di snodo' è una tipologia di contenuto. Diversamente dalla tipologia di contenuto 'Pagina', il suo backend espone una serie di disponibilità maggiori per la redazione dei contenuti, visto il suo carattere speciale. Una pagina di snodo di esempio è visibile alla url <https://www.santannapisa.it/it/formazione/la-formazione-la-scuola-superiore-santanna> oppure alla url <https://www.santannapisa.it/it/corsi-ordinari>. La modalità di gestione è identica alle altre tipologie di contenuto. Allo stesso modo, all'interno del backend, i campi a gestione particolare sono accompagnati da alcune didascalie a carattere esplicativo.

8.3 Info per

'Info per' è una tipologia di contenuto. Diversamente dalla tipologia di contenuto 'Pagina', il suo backend espone una serie di disponibilità maggiori per la redazione dei contenuti, visto il suo carattere speciale. Una 'Info per' di esempio è visibile alla url <https://www.santannapisa.it/it/info-per-futuri-studenti> oppure alla url <https://www.santannapisa.it/it/info-per-studenti-iscritti> o anche alla url <https://www.santannapisa.it/it/info-per-enti-impres>. La modalità di gestione è identica alle altre tipologie di contenuto. Allo stesso modo, all'interno del backend, i campi a gestione particolare sono accompagnati da alcune didascalie a carattere esplicativo.



Minisiti 2.0 Scuola Superiore Sant'Anna

Manuale d'uso prima accensione e
elementi essenziali di gestione redazionale

Pisa, Marzo 2023

Creare un nuovo sito nella rete 'Multisite' in 5 passaggi +1

1. Con le credenziali a propria disposizione accedere come 'Amministratore' alla rete multisito:

<https://minisiti.santannapisa.it/wp/wp-admin/>

2. Dal menu in topbar cliccare su 'My sites' e quindi opzionare 'Network admin' → 'Sites'.
3. Cliccare su 'Add New'. A questo punto specificare indirizzo, titolo del sito, lingua e infine mail dell'Admin. Nota bene: In prima istanza il sito verrà creato come un sottodominio di .minisiti.santannapisa.it; se il minisito si chiama 'example', di conseguenza, in prima istanza verrà creato come example.minisiti.santannapisa.it.
4. A questo punto nella pagina 'Sites' si troverà il nuovo sito creato e sarà possibile cliccare su 'Edit', portando il cursore all'altezza del titolo. In corrispondenza della tab 'Settings' è necessario modificare il campo 'Siteurl' e 'Home' con il dominio desiderato. A titolo di esempio:
example.minisiti.santannapisa.it → <https://example.santannapisa.it>
5. ATTENZIONE: la tab 'Themes' non necessita di customizzazione.
6. In corrispondenza della tab 'Users' è possibile creare nuovi utenti e associarli ai siti di competenza (come riportato nel paragrafo 'Gestione degli utenti e nota sugli aggiornamenti di sistema')
7. Salvare le modifiche in fondo alla pagina.
8. NOTA BENE: a monte della operatività fino a questo punto esplicitata, è ovviamente necessario predisporre il record dns e il virtual host per <https://example.santannapisa.it> (a titolo di esempio si veda il virtual host del minisito Africa Connect, test beta dei Minisiti 2.0)

Personalizzazione nuovo minisito

1. Accedere alla dashboard del sito appena creato. Nei settings generali, assicurarsi che nella sezione 'Reading' sia attivo il 'Search engine visibility'. In ogni caso deselezionare la checkbox in fase di messa on line / pubblicazione del minisito.
2. Nella sezione 'Discussion' rimuovere le opzioni che consentono la submit dei commenti da parte degli utenti. Questo passaggio è necessario nel caso in cui NON si voglia che gli utenti possano commentare i post presenti sul nuovo minisito.
3. Nella sezione 'Permalinks' aver cura di salvare le opzioni con 'Permalink structure' settata su 'Post Name'.
4. In corrispondenza della voce 'General' è possibile definire il titolo del minisito, il motto (tagline), modificare l'indirizzo email dell'Amministratore del singolo sito e in ultimo settare la lingua del minisito.
5. ATTENZIONE: nel caso in cui si scelga di non indicizzare in prima istanza il nuovo minisito è necessario cliccare in corrispondenza della checkbox 'Search Engine Visibility'. Altresì sarà necessario deflaggare il check nel momento in cui si vuole indicizzare il nuovo minisito.

Gestione degli utenti e nota sugli aggiornamenti di sistema

Gli utenti possono essere gestiti sia a livello di sito che di rete.

1. Sito: è possibile creare nuovi utenti e assegnare loro ruoli specifici (ad esempio, amministratore o autore) nella sezione 'Users', cui si giunge tramite la voce corrispondente del menu a sinistra della Dashboard.
2. Rete: è possibile gestire gli utenti per tutti i siti. Dal menu in topbar: 'My sites' → 'Network Admin' → 'Users'.
In questo caso cliccare su 'Add new' si può aggiungere un utente alla rete globale, associandolo quindi a uno o a più siti con ruoli differenziati.

I ruoli previsti e le relative competenze sono brevemente descritti di seguito:

Super Admin - persona che ha accesso alle funzioni di amministrazione della rete del sito e a tutte le altre funzioni.

Amministratore (slug: 'administrator') - persona che ha accesso a tutte le funzioni di amministrazione di un singolo sito.

Editor (slug: 'editor') - chi può pubblicare e gestire i post, compresi quelli di altri utenti. Per quanto riguarda la gestione dei nuovi minisiti è contemplata la possibilità che l'Editor gestisca anche le funzioni legate ai menu.

Author (slug: 'author') - chi può pubblicare e gestire i propri post.

Contributor (slug: "contributor") - una persona che può scrivere e gestire i propri post, ma non può pubblicarli.

Subscriber (slug: "subscriber") - un utente che può solo gestire il proprio profilo.

Riguardo a plugin, temi e aggiornamenti, i rilasci e gli update verranno svolti da Net7 attraverso composer e la repository relativa al progetto.

Gestione redazionale dei tipi di contenuto

Opzione Tema

1. Cliccare su Opzione tema.
2. Cliccare sulla tab 'Impostazione generali' e scegliere quale configurazione assegnare allo header del minisito.

Logo sito

Inserire il Logo del sito portando il cursore sul campo immagine, cliccando quindi sul simbolo della matita, gestendo infine da modale l'inserzione dello stesso.

Link social

Valorizzare all'interno dei campi l'indirizzo specifico dei social i cui pulsanti si desidera visualizzare nello header. I social i cui campi non verranno valorizzati non verranno stampati in frontend.

Piè di pagina

Inserire un eventuale testo o informazioni specifiche rivolte all'utenza nel campo 'Informazioni sito', così come nel campo 'Copyright'.

Selezionare infine il Colore del Tema, come da specifiche esigenze.

3. Cliccare sulla tab 'Home'.

Per un puntuale raffronto grafico relativo alle potenzialità/possibilità offerte dal nuovo modello di minisiti, si faccia riferimento ai due modelli allegati al presente manuale ([Mockup 1](#), [Mockup 2](#))

La valorizzazione del 'Carousel' in homepage consiste nella semplice selezione dei contenuti creati (Pagine, news, ecc.), attraverso l'elenco o il campo autocomplete 'Search' presenti nel relativo blocco. L'azione così descritta può essere conclusa anche in un fase successiva, quando cioè saranno stati immessi tutti o una parte dei contenuti che corredano il sito

Cliccare ora su 'Aggiungi riga'. Nella modale sarà possibile opzionare uno degli 8 blocchi previsti dall'attuale edizione dei minisiti. Di seguito:

Statistiche: blocco in cui è possibile inserire tre tipologie di dato (Titolo statistica, Descrizione statistica, Dato statistica), per un totale di tre elementi. Il campo può essere reiterato più volte, aggiungendo un'ulteriore riga e selezionando nuovamente dalla modale 'Statistiche'.

Informazioni: blocco in cui è possibile selezionare un'icona (la tendina mostra un capo autocompleta in cui è possibile inserire una suggestione - per esempio 'engineering' - e scegliere tra i simboli proposti dal sistema); un titolo da assegnare all'informazione che valorizzerà il blocco e infine una descrizione.

Contenuto in evidenza: blocco in cui è possibile valorizzare un titolo, una descrizione del contenuto in evidenza, un'immagine relativa al contenuto - da caricare manualmente all'interno del blocco - e un link al contenuto del sito che si vuole rendere immediatamente reperibile.

Partners: blocco in cui è possibile inserire un numero indefinito di loghi in cui è possibile associare un link esterno. A ogni nuovo logo è necessario cliccare sul bottone interno al blocco 'Aggiungi riga'.

Video: blocco in cui è possibile gestire la visualizzazione di 2 video in evidenza, selezionabili dalla colonna a sinistra del blocco medesimo, o effettuando una ricerca nel campo autocompleta 'Search'. Al salvataggio, in frontend, verrà mostrato un tasto 'View All' che conduce alla vista 'Archivio' dedicata allo specifico contenuto.

Eventi: blocco in cui è possibile gestire la visualizzazione di 3 eventi in evidenza, selezionabili dalla colonna a sinistra del blocco medesimo, o effettuando una ricerca nel campo autocompleta 'Search'. Al salvataggio, in frontend, verrà mostrato un tasto 'View All' che conduce alla vista 'Archivio' dedicata allo specifico contenuto.

News: blocco in cui è possibile gestire la visualizzazione di 3 notizie in evidenza, selezionabili dalla colonna a sinistra del blocco medesimo, o effettuando una ricerca nel campo autocompleta 'Search'. Al salvataggio, in frontend, verrà mostrato un tasto 'View All' che conduce alla vista 'Archivio' dedicata allo specifico contenuto.

Tutti i blocchi sono drag & drop. Di conseguenza possono essere variamente posizionati all'interno del corpo della homepage a seconda delle proprie specifiche esigenze.

Attenzione: per ogni modifica effettuata all'interno dei singoli blocchi è necessario cliccare sul tasto 'Salva', in alto a destra della pagina 'Opzioni tema'.

Tipologie di contenuto e loro gestione

1. Inserzione di una nuova pagina (Tipo di contenuto 'Page').

Inserire un titolo e un testo secondo le modalità dell'editor 'Gutenberg' in uso sul CMS Wordpress.

Il tipo di contenuto 'Page' può mostrare eventualmente una vista di contenuti 'Persona' secondo la modalità già in uso nei blocchi in homepage (campo autocomplete o selezione da elenco dei contenuti esistenti).

Il tipo di contenuto 'Page' può contenere:

'Allegati': cliccare su 'Aggiungi riga' per inserire titolo e file da allegare alla pagina.

'Galleria fotografica': Inserire una o più immagini dalla modale di sistema 'Add image to Gallery'.

'Video': è possibile gestire la visualizzazione di video a corredo della pagina, selezionabili dalla colonna a sinistra del blocco medesimo, o effettuando una ricerca nel campo autocomplete 'Search'.

Nella colonna a destra dello schermo, selezionando la tab 'Page', è possibile selezionare un'immagine di copertina (Featured image). È altresì possibile gestire l'excerpt/riassunto (ovvero il blocco di testo che compare immediatamente al di sotto del titolo). Se l'excerpt/riassunto non viene valorizzato le prime righe che compaiono nel blocco testo verranno riprodotte al di sotto del titolo.

Nella medesima colonna è possibile gestire l'alberatura della pagina creata all'interno del menu, attraverso il campo 'Parent Page', e così la sua posizione gerarchica nel proprio ordine, attraverso il campo numerico 'Order'.

Per salvare il lavoro testé compiuto cliccare sul tasto 'Publish'.

Le medesime indicazioni redazionali valgono per il tipo di contenuto 'News', badando che questa tipologia consta esclusivamente di un titolo, un testo, e un'immagine di copertina.

2. Inserzione di un nuovo Evento (Tipo di contenuto 'Event').

Inserire un titolo e un testo secondo le modalità dell'editor 'Gutenberg' in uso sul CMS Wordpress.

Inserire i due estremi temporali all'interno dei quali è previsto lo svolgimento

dell'evento oggetto del contenuto.

Il tipo di contenuto Event può contenere:

'Allegati': cliccare su 'Aggiungi riga' per inserire titolo e file da allegare alla pagina.

'Galleria fotografica': Inserire una o più immagini dalla modale di sistema 'Add image to Gallery'.

Nella colonna a destra dello schermo, selezionando la tab Event, è possibile selezionare un'immagine di copertina (Featured image).

Per salvare il lavoro testé compiuto cliccare sul tasto 'Publish'.

3. Inserzione di un nuovo Video (Tipo di contenuto 'Video').

Inserire un titolo e un testo secondo le modalità dell'editor 'Gutenberg' in uso sul CMS Wordpress. Una volta pubblicato, il nuovo contenuto mostrerà il testo in frontend come didascalia.

Nella colonna di destra selezionare la tab 'Video' e inserire nel campo Link YouTube il codice di embedded. A titolo di esempio: il video di Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=bQ-9gcnjSuY>

ha un codice embed = <https://www.youtube.com/embed/bQ-9gcnjSuY>

Il codice viene ricavato cliccando sul tasto 'Share' posizionato nelle utilities del video. Selezionando la modalità 'Embed' verrà visualizzato un codice 'Embed Video' all'interno del quale copiare la sola url del video che si è interessati a visualizzare all'interno del minisito.

Per salvare il lavoro testé compiuto cliccare sul tasto 'Publish'.

4. Inserzione di una nuova 'Persona' (tipo di contenuto 'Person').

Compilare i campi presenti: Ruolo, Email, Indirizzo, Posizione attuale.

Inserire una foto attraverso la modale di uploading.

Il tipo di contenuto 'Persona' contempla due campi a mano libera: 'Biografia' e 'Ricerca'.

Contempla altresì un blocco in cui è possibile inserire titolo e pagina di atterraggio relativo a pubblicazione selezionate cui si vuole conferire notorietà, oltre che la possibilità di inserire 'Sezioni aggiuntive' - dotate di un titolo e di un campo testo - da valorizzare a piacimento del redattore.

Per salvare il lavoro testé compiuto cliccare sul tasto 'Publish'.

Gestione dei menu

Main menu

Dal menu presente nella Dashboard selezionare 'Appearance' → 'Menus'. Atterrati sulla pagina di competenza eseguire i comandi in sequenza:

1. Cliccare sul link al di sotto della topbar 'Create a new menu'.
2. Assegnare un titolo nel campo 'Menu Name'.
3. Dalla colonna 'Pages' a sinistra, in prossimità della toolbar, selezionare le pagine che si vogliono visualizzare all'interno del menu.
4. Gerarchizzare le voci eseguendo un drag & drop dei singoli tasselli che sono stati visualizzati.

Nota bene: I comandi descritti riguardano la creazione di un 'Main Menu' che viene visualizzato in homepage. Le voci di primissimo livello devono risultare con Url = # [affinché il sistema a tendina in frontend funzioni correttamente] e devono essere create come 'Custom Link', il cui tasto è visibile nella colonna 'Add menu items'.

Menu Contestuali

La visualizzazione dei menu contestuali alle pagine, diversamente, viene gestita attraverso il campo 'Parent Page', presente nel tipo di contenuto 'Pagina' (si veda sezione relativa) nella colonna delle funzionalità a destra dello schermo.

La visualizzazione dei menu è completamente automatizzata. Infatti opzionando una pagina 'padre' nel campo 'Parent Page' di fatto si disciplina la condizione di quella pagina all'interno del menu che verrà stampato in tutte le pagine che appartengono al medesimo 'albero'.

Inserendo altresì un valore numerico nel campo 'Order' (posizionato al di sotto del campo 'Parent Page') è possibile disciplinare la posizione della medesima pagina.

Allegato 5 - Proposta revisione Sant'Anna Magazine

Che cos'è il Sant'Anna Magazine

Il **Sant'Anna Magazine** è una testata giornalistica registrata al Tribunale di Pisa che si occupa di promuovere le attività di Formazione, di Ricerca e di Terza Missione della Scuola Superiore Sant'Anna attraverso la produzione di news e di contenuti multimediali.

La redazione del Sant'Anna Magazine è formata da Francesco Ceccarelli (direttore responsabile), Michele Nardini e Rachele Favali. Collabora alla creazione di contenuti multimediali Marco Martinelli. L'aggiornamento del Sant'Anna Magazine è quotidiano.

Nello specifico, il Sant'Anna Magazine è formato dai seguenti contenuti:

- **News organizzate in tre blocchi:** Massima evidenza (le tre notizie che hanno principale rilevanza); Evidenza (due notizie di media-alta rilevanza); Curriculare (8 news che raccontano attività, progetti ed eventi della Scuola). Sotto il blocco 'Curriculare' è presente un tasto che rimanda a tutte le notizie suddivise per Istituti, Centri di ricerca e Centri di ricerca interdisciplinari.
- **Blocco Video:** due video in evidenza più il pulsante che rimanda a YouTube Scuola.
- **Blocco Eventi:** due eventi in evidenza (in ordine cronologico i più lontani in programma) più il pulsante che rimanda all'archivio degli Eventi suddivisi per anno e soggetto.
- **Blocco Comunicati Stampa:** gli ultimi sei comunicati stampa preparati dalla redazione più il pulsante che rimanda all'archivio con tutti i comunicati stampa suddivisi per anno e soggetto.
- **Pulsante Rassegna Stampa Multimediale:** collegamento alla rassegna multimediale di Ateneo, con tutti i servizi radio, tv che hanno coinvolto docenti, ricercatori, assegnisti, allievi della Scuola.

I blocchi News presenti sul sito oltre il Sant'Anna Magazine

È un argomento rimasto in secondo piano in questi mesi, nascosto dietro a un lavoro redazionale magari poco visibile ma importante per mantenere aggiornato il sito. Oltre al Sant'Anna Magazine, il sito ha altri **18 blocchi news**, presenti nelle seguenti pagine (sia versione italiana sia versione inglese): [La Formazione per la Scuola Sant'Anna](#), [La Ricerca per la Scuola Sant'Anna](#), [La Terza Missione per la Scuola Sant'Anna](#), [Istituto BioRobotica](#), [Istituto Dirpolis](#), [Istituto Economia](#), [Istituto di Intelligenza Meccanica](#), [Istituto Tecip](#), [Istituto di Management](#), [Centro di ricerca Scienze delle Piante](#), [Centro di ricerca Produzioni vegetali](#), [Health Science](#), [Sostenibilità e Clima](#), [L'Embeds](#), [Robotics and AI](#), [Info per futuri studenti](#), [Info per studenti iscritti](#), [Africa Connect](#).

Di solito i blocchi vengono aggiornati una volta a settimana.

Lo studio di fattibilità del nuovo Magazine prevede due tipologie di interventi: 1- **gli interventi migliorativi a basso impatto strutturale** che non comportano una ridefinizione dell'attuale rappresentazione grafica e dovrebbero essere realizzati senza interventi a carattere evolutivo; 2- **gli interventi migliorativi ad alto impatto strutturale** che aprirebbero a una nuova rappresentazione dei contenuti, con un nuovo piano editoriale a carattere evolutivo.

Possibili interventi migliorativi a basso impatto strutturale

- 1- Se nella versione 'Desktop' è ben evidente la differenziazione tra i tre blocchi di news, **nella versione mobile** non c'è differenza tra Evidenza e Curriculare. Una possibilità è inserire un titolo ai due blocchi, in modo far notare la differenza.
- 2- **Blocco Eventi:** Al momento sono visibili in automatico i due eventi più lontani dal punto di vista temporale. Non ha molto senso. La nostra proposta è inserire i due eventi più rilevanti o quelli più vicini temporalmente.
- 3- Lavorare alle url delle notizie per favorire il posizionamento sui motori di ricerca e strategie di SEO. Questo è un intervento di natura esclusivamente redazionale. L'url automatica creata dal sistema riprende le prime parole del titolo. Non sempre quindi il sistema genera una url 'parlante', con le parole chiave della news. A livello redazionale abbiamo la possibilità di modificare in totale autonomia le url delle news, scegliendo le parole che meglio rappresentano i contenuti delle news. È un'attività redazionale molto semplice da fare e migliorerebbe notevolmente il posizionamento delle pagine sui motori di ricerca.
- 4- Sfruttare tutte le opportunità offerte dal sistema editoriale: spesso, la titolazione si limita a un unico titolo, non breve (perché la titolazione delle notizie della Scuola richiede necessariamente un approccio analitico) che potrebbe essere sostituito da uno più breve da altri elementi come sommari, catenacci e abstract che il sistema già permette.
- 5- L'utilizzo di una titolazione più ampia potrebbe permettere la condivisione di una sorta di "Manuale di scrittura e di titolazione" tra coloro che (al di fuori del Desk centrale) concorrono a preparare bozze di notizie. Nel "Manuale di scrittura" si potrebbe fare chiarezza, una volta per tutte, sulla grafia di alcune parole e sull'utilizzo degli acronimi, temi che – nonostante un'ampia letteratura e un controllo redazionale – a volte redattori / redattrici scrivono come più ritengono opportuno. L'obiettivo è, insomma, far sembrare sempre di più il Magazine come "scritto da una mano sola", in termini stilistici".

Possibili interventi migliorativi ad alto impatto strutturale

- 1- Oltre alla consueta organizzazione in tre blocchi, potrebbe essere utile individuare degli **argomenti specifici** all'interno dei quali raggruppare le news. Riporto l'esempio di Unige.life, il magazine dell'Università di Genova: <https://life.unige.it/>
Nella voce di menu 'Articoli' sono individuati alcuni temi di rilievo come 'Ambiente', 'Economia', 'Salute'. Questo permetterebbe una maggiore facilità di navigazione per chi vuole ricercare nel nostro Magazine determinati argomenti. Al momento infatti l'unica classificazione che abbiamo non è a livello tematico ma è legata all'organizzazione interna della Scuola (suddivisione news per Istituti e Centri di ricerca), difficilmente comprensibile per un utente esterno.
Una organizzazione simile di contenuti è proposta anche in molte Università internazionali. Qui riporto l'esempio di University of Cambridge: <https://www.cam.ac.uk/news?ucam-ref=home-menu>
Questo tipo di intervento cambierebbe di fatto l'organizzazione dei blocchi e la classificazione dei contenuti. È un intervento a carattere evolutivo che andrebbe fatto non solo sulle nuove news, ma anche sull'archivio. Un altro magazine a cui guardare con interesse è quello di UniFi <https://www.unifimagazine.it/> che presenta una navigazione complessa ma efficace con tre macrocategorie (Raccontare la ricerca / persone e Storie / Università e Società), con un'ulteriore suddivisione. Ad esempio, raccontare la ricerca si suddivide in Pubblicazioni / progetti / Diario della ricerca _ Eventi, Meeting... E' un approccio trasversale ma interessante, che – come minus – presenta una forte necessità di coordinamento redazionale.

- 2- **Rafforzamento contenuti multimediali:** al momento due video non rispecchiano l'intensa produzione multimediale della Scuola. Potremmo creare tre blocchi, uno per Formazione, uno per Ricerca, uno per Terza Missione, oppure evidenziare argomenti di particolare rilevanza mediatica (cambiamento climatico, sostenibilità, intelligenza artificiale etc..). L'obiettivo è quello di variare il più possibile e rappresentare sul Magazine, anche con i contenuti multimediali, la complessità delle attività svolte alla Scuola.
- 3- **Sperimentazione WA e Telegram:** queste sono due frontiere ancora inesplorate per la comunicazione della Scuola Superiore Sant'Anna, ovvero la condivisione della principale rassegna stampa (quotidiana _ pur con tutti i vincoli che si prospettano per la nuova rassegna stampa dei quotidiani "cartacei" _ online e multimediale) su WA, per raggiungere utenti selezionati interni. Ad esempio, la governance, i direttori di Istituto, i senatori e le senatrici... L'utilizzo di Telegram può essere un utile strumento di condivisione verso l'esterno, verso due categorie di utenti": una, di carattere qualificato, composta da giornalisti e operatori / operatrici della comunicazione, con cui condividere in tempo reale notizie (anche con link al Sant'Anna Magazine) e strumenti multimediali (questo strumento supporta foto e video in alta qualità); la seconda categoria di utenti può essere composta da un pubblico generalista, che chiede di iscriversi a una sorta di "Newsletter". A cadenza settimanale o quindicinale potrebbero essere condivise le principali notizie del periodo. DA VALUTARE: le implicazioni sulla privacy e, soprattutto, l'impatto in termini di infrastruttura informatica di supporto.

RELAZIONE ATTIVITA' 2023

SOMMARIO

L'Organizzazione della comunicazione alla Scuola Sant'Anna	2
Ufficio comunicazione istituzionale della Scuola Sant'Anna	2
Ufficio Stampa e media digitali	2
Responsabile Area Relazioni interne ed esterne	2
Attività 2023	2
Eventi istituzionali.....	2
Campagne istituzionali.....	3
Sito istituzionale	3
Attività Ufficio Stampa – ufficio.stampa@santannapisa.it.....	4
Brochure e altri materiali di comunicazione.....	5
Le novità introdotte.....	5

L'ORGANIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE ALLA SCUOLA SANT'ANNA

UFFICIO COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DELLA SCUOLA SANT'ANNA

L'Ufficio Comunicazione istituzionale si occupa della comunicazione e della promozione istituzionale dei valori, le attività e gli obiettivi della Scuola Superiore Sant'Anna. Tra le recenti mansioni acquisite si ritrovano la gestione delle attività di comunicazione interna, correlate alla gestione della intranet, oltre che dei loghi e dell'immagine coordinata. Inoltre, cura lo sviluppo e gestione del sito di ateneo. Infine, è compito dell'Ufficio quello di definire i piani di comunicazione e la gestione di iniziative di promozione istituzionali e divulgazione scientifica, con la collaborazione degli uffici di volta in volta indicati.

UFFICIO STAMPA E MEDIA DIGITALI

L'Ufficio Stampa cura le attività di relazione con i mezzi di informazione, il Sant'Anna Magazine (testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Pisa), di cui viene avanzata una proposta di revisione (allegato n.5), e il social media management.

Lo "Ufficio Stampa e media digitale" è funzionalmente alle dirette dipendenze della Rettrice e nello svolgimento delle attività risponde a lei direttamente che ne definisce gli obiettivi e che li valuta.

RESPONSABILE AREA RELAZIONI INTERNE ED ESTERNE

Al Responsabile di Area compete il coordinamento delle attività assicurando la collaborazione tra l'Ufficio Comunicazione Istituzionale e l'Ufficio stampa e media digitali ai fini di una gestione efficiente ed efficace delle attività complessivamente considerate.

ATTIVITÀ 2023

EVENTI ISTITUZIONALI

Durante il corso del 2023 la Comunicazione ha fornito supporto per molti eventi istituzionali. Le attività hanno riguardato ogni aspetto della divulgazione esterna e interna, come la predisposizione di cartelle stampa, l'aggiornamento del sito web istituzionale dando l'opportuna visibilità alle iniziative tramite creazione di pagine dedicate, notizie ed eventi, la copertura mediante i canali social istituzionali della Scuola, la creazione di materiale comunicativo ad hoc (video, foto, etc.) e i rapporti con i media. Si riportano a titolo esplicativo alcuni eventi:

- inaugurazioni di Master, Seasonal School, corsi interni e corsi di alta formazione;
- presentazione nuovi docenti;
- Giornata della Memoria;
- consegna Diplomi Allievi Ordinari e PhD;
- Job Fair;
- Pisa Accoglie Il Talento;
- iniziative di Orientamento (STEM, MEMO, Scuola Universitaria di Orientamento, Scuola di Educazione civica);
- Notte Europea delle Ricercatrici e dei Ricercatori;
- Stati Generali
- Welcome day Allievi Ordinari e settimana dell'accoglienza;
- Welcome Day Allievi PhD;
- Inaugurazione Anno Accademico: l'Ufficio comunicazione ha collaborato con gli altri uffici coinvolti nell'organizzazione dell'evento per garantire la buona riuscita dell'iniziativa e come ogni anno, è stata curata la realizzazione del video da proiettare durante la cerimonia.

CAMPAGNE ISTITUZIONALI

CAMPAGNA PER IL CONCORSO DI AMMISSIONE AI CORSI ORDINARI

La campagna 2023 per la promozione del concorso di ammissione ai corsi ordinari, con il claim “ApertA, UnicA, FuturA”, ha previsto l’individuazione del segmento di target idoneo all’iscrizione e la costruzione di un piano promozionale sfruttando canali innovativi come l’acquisto di spazi nelle stazioni di Roma Termini, Roma Tiburtina e Milano Centrale.

CALLS OF EXPRESSION OF INTEREST – CEI

Nel 2023 la Scuola Sant’Anna ha bandito alcune Calls of Expression of Interest per compiere un’indagine esplorativa per posizioni accademiche. Al fine di promuovere i bandi, sono state attivate collaborazioni con siti internazionali tematici: Science Careers per le aree di Scienze Sperimentali e Inomics per le Scienze economiche e manageriali.

SCUOLA DI ORIENTAMENTO UNIVERSITARIO

La Scuola di Orientamento Universitario 2023, svolta in collaborazione con la Scuola Normale, ha visto il coinvolgimento di Factanza, importante partner selezionato per l’ottimo posizionamento rispetto al target di interesse (ultimo triennio di scuola secondaria di secondo grado) e per la condivisione di valori con le due Scuole partecipanti.

CAMPAGNA PROMOZIONALE PROGRAMMI PHD E SEASONAL SCHOOL

La campagna promozionale per i programmi PhD ha utilizzato i due principali portali internazionali di offerte di dottorato: FindAPhD e Study Portals. Per entrambi, la collaborazione ha previsto la creazione di un profilo Scuola, con possibilità di monitoraggio dell’andamento dell’attività.

Study Portals, oltre che per i PhD, è stato utilizzato dal 2023 anche per la promozione del nuovo catalogo delle Seasonal School, con la creazione di un minisito tematico all’interno della piattaforma

SITO ISTITUZIONALE

Il sito istituzionale della Scuola Superiore Sant’Anna, www.santannapisa.it, si ispira a principi di trasparenza e di partecipazione e rispetta i criteri di accessibilità e usabilità individuati dalla normativa vigente. La struttura attuale risponde a precisi canoni di flessibilità e di dinamicità dei contenuti e riflette l’impostazione presente sul Piano Strategico della Scuola Superiore Sant’Anna, con le tre macro aree: Formazione, Ricerca e Terza Missione. Per cercare di superare una logica di navigazione esclusivamente gerarchica, con blocchi rigidi di sezioni e menu, è stata sviluppata una navigazione strutturata per utenti che favorisce percorsi di navigazione targetizzati per tematiche, argomenti e interessi.

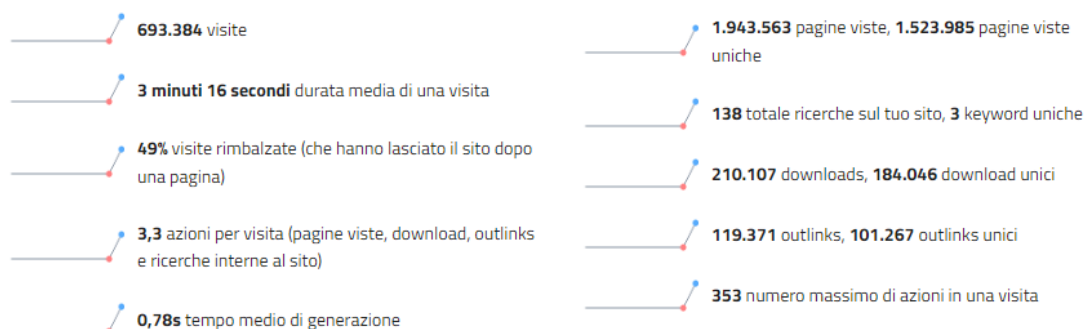
REDAZIONE DEL SITO WEB

L’aggiornamento dei contenuti sul sito web è costante e quotidiano e si avvale di una redazione diffusa che coinvolge più uffici della Scuola. L’Ufficio Comunicazione Istituzionale ha il compito di ricordare i redattori e di gestire gli interventi più strutturali, quelli che comportano una modifica sul codice o un’evoluzione della struttura e delle varie sezioni.

I redattori dei vari uffici inseriscono gli aggiornamenti di loro competenza e si coordinano costantemente con la redazione centrale del sito di ateneo, coordinata dall’Ufficio Comunicazione Istituzionale. È possibile abilitare redattori specifici anche soltanto per alcune sezioni o pagine del sito.

La redazione centrale del sito web ha il compito di: verificare le attività di aggiornamento, monitorare la correttezza delle informazioni presenti sul sito, prestare attenzione ai criteri di usabilità e accessibilità, rispettare le linee d’indirizzo, supportare l’utilizzo ottimale del CMS (Communications Management Services), favorire un’omogeneità dei contenuti attraverso regole di stile da condividere con i vari redattori.

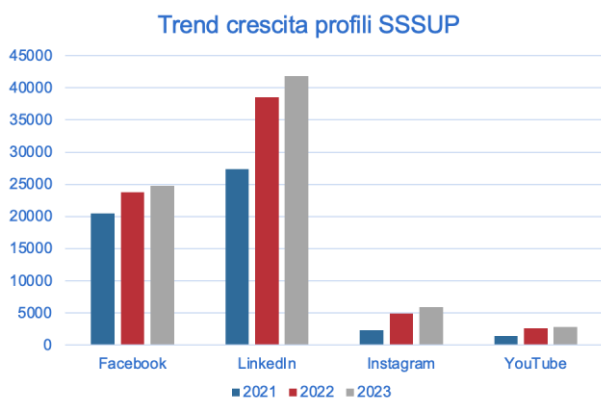
RIEPILOGO VISITE



ATTIVITÀ UFFICIO STAMPA – UFFICIO.STAMPA@SANTANNAPISA.IT

L'Ufficio Stampa ha garantito le attività di informazione e di relazione con i principali media italiani attraverso numerose attività di seguito sintetizzate (i dati sono aggiornati al 14 novembre 2023).

- Sono stati diffusi 120 tra comunicati, note e inviti a partecipare a conferenze stampa attraverso una mailing list con indirizzi di agenzie di informazione nazionali, quotidiani a diffusione regionale e nazionale, tv a diffusione regionale e nazionale, siti web di informazione.
- I 120 comunicati riguardano le attività di formazione, ricerca, terza missione, i progetti strategici (come Africa Connect e Proximity Care, ME.MO.), le Fondazioni della Scuola Superiore Sant'Anna (Il Talento all'Opera, Luca Cavallini) e le attività di sviluppo edilizio su Pisa (Polo in San Giuliano Terme, Santa Croce in Fossabanda).
- Le agenzie di informazione riconosciute come nazionali dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, a cui la Scuola Superiore Sant'Anna è abbonata, hanno diffuso circa 700 lanci, garantendo così l'informazione di base sulle attività della Scuola Superiore Sant'Anna per altri media e per istituzioni (locali, regionali, nazionali) che ricevono i rispettivi notiziari. Le agenzie nazionali a cui la Scuola Superiore Sant'Anna è abbonata sono le seguenti: ANSA, AGI, Adnkronos, Askanews, DIRE, Italtpress (Fonte: elaborazione dati attraverso i "notiziari online" delle singole agenzie).
- Emittenti regionali e nazionali televisive hanno realizzato circa 410 servizi per telegiornali e programmi di approfondimento, prendendo in considerazione soltanto le prime visioni ed escludendo le repliche. Con le repliche la cifra raggiunge circa 600 servizi (Fonte: elaborazione dati Datastampa Media Monitoring).
- Quotidiani e periodici a diffusione regionale e nazionale hanno pubblicato circa 1700 articoli desunti o ispirati dai 120 comunicati stampa, con interviste a docenti e/o ricercatori e ricercatrici o interventi a loro firma (Fonte: elaborazione dati Datastampa Media Monitoring).
- L'Ufficio Stampa e l'Ufficio Comunicazione Istituzionale, dal 12 giugno 2023, hanno curato l'aggiornamento quotidiano dei profili social di ateneo, producendo anche numerosi contenuti fotografici e multimediali ad hoc, per valorizzare contenuti su formazione, ricerca, terza missione. I profili social tenuti aggiornati e con costante monitoraggio sono i seguenti:
 - Facebook <https://www.facebook.com/scuolasuperioresantanna> ;
 - X (ex Twitter) in lingua italiana <https://twitter.com/ScuolaSantAnna> ;
 - X (ex Twitter) in lingua inglese <https://twitter.com/home> ;
 - LinkedIn <https://www.linkedin.com/school/33695/admin/feed/posts/> ;
 - Instagram <https://www.instagram.com/santannapisa/> ;
 - Youtube <https://www.youtube.com/ScuolaSantanna>; su questo canale, al 14 novembre 2023, sono state realizzate più di 20 dirette, in collaborazione con l'area ICT che ha curato la parte tecnica.



Nell'ultimo triennio i profili social hanno visto un generale trend di crescita sia in termini di follower che di engagement.

Tra le principali ragioni vi è l'aumento del numero di contenuti video (reel) e foto di migliore qualità, nonché lo sviluppo di format specifici in collaborazione con altre strutture della Scuola come la Terza Missione e l'Orientamento.

Sul target studentesco la Comunicazione Scuola sviluppa contenuti mirati a far conoscere la Scuola Sant'Anna da studentesse e studenti del liceo; il target più adulto è

abbracciato da video su ricerche innovative, ma non mancano mai anche video istituzionali volti a generare un posizionamento chiaro del Sant'Anna in ambito nazionale e internazionale.

Fondamentale è stata anche la promozione a pagamento sulla piattaforma Instagram dei corsi della Scuola: dai corsi ordinari alle Seasonal School l'investimento su video reel svolti da allieve, allievi, ricercatori, ricercatrici o docenti ha portato un aumento del numero dei partecipanti.

In termini numerici la campagna di orientamento su Instagram (budget 1200 euro) per i corsi ordinari ha portato a un volume di visualizzazioni che supera il 1.200.000 e un totale di click sul sito maggiore di 6.000. Un risultato importante da replicare per le future edizioni.

BROCHURE E ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE

Le principali brochure andate in stampa nell'anno 2023 sono state: brochure istituzionale in lingua inglese, brochure aggiornata dei corsi di dottorato e delle Seasonal School, brochure Orientamento. Con la riorganizzazione avvenuta a metà giugno 2023, l'Ufficio Comunicazione ha preso in carico la realizzazione delle locandine per gli eventi della comunità della Scuola. Per esigenze dell' Area Terza Missione, sono stati realizzati nuovi template personalizzati, in grado di permettere una maggiore creatività. Inoltre, sono stati aggiunti i nuovi modelli di locandina con la nuova identità visiva della Scuola ('A).

LE NOVITÀ INTRODOTTE

L'Ufficio comunicazione ha introdotto nel 2023 le seguenti novità:

- **Abbonamento Shutterstock.** L'Ufficio Comunicazione istituzionale ha acquistato un pacchetto proposto dalla piattaforma Shutterstock, provider globale leader nel settore dei contenuti autorizzati di alta qualità quali immagini, video e musica. Ciò permette un'esperienza creativa più ampia e rispettosa della policy, italiana ed europea, in materia di copyright. Grazie alla possibilità di usufruire di un'immensa banca dati, l'ufficio può soddisfare le esigenze di grafica e di redazione mantenendo elevati standard di qualità.
- **Minisiti.** Dopo la messa online del nuovo portale istituzionale, l'Ufficio Comunicazione istituzionale ha proposto una riorganizzazione dei siti secondari, richiesti nel tempo, collegati al sito web. Il progetto ha previsto la realizzazione di nuovi template, da implementare tramite il CMS WordPress, da sottoporre agli interessati, per riflettere verso un'ottica di ammodernamento dei contenuti. Per quest'ultimi sono state definite nuove modalità di richiesta di attivazione di un minisito, che garantisce maggior tracciabilità delle attività e l'allineamento tra le varie componenti della Scuola. Il progetto pilota dei minisiti ha visto protagonista AfricaConnect, progetto strategico dell'ente, ed è visibile a questo link: <https://africconnect.santannapisa.it> Ogni minisito è sotto la responsabilità di un referente, individuato fin dalla fase di richiesta di attivazione, e curato nei suoi contenuti da editor individuati dal referente stesso. Sono disponibili nella pagina Intranet dedicata il manuale d'uso e il dettaglio delle modalità di attivazione.

- **Aggiornamento immagine coordinata.** L'Ufficio ha provveduto, con il supporto dell'agenzia esterna che ne cura i dettagli, a un nuovo *brandbook* della Scuola, nel quale vengono riassunti i materiali di comunicazione in possesso della Scuola e il loro corretto utilizzo. Inoltre, l'occasione ha permesso l'allineamento con il nuovo pantone della Scuola, con aggiornamento dei loghi e degli altri strumenti comunicativi.
- **Sperimentazione di un nuovo strumento di comunicazione: il podcast.** Grazie alla collaborazione con il progetto ENGINE, coordinato dalla Professoressa Anna Loretoni, docente della Scuola Sant'Anna, l'Ufficio comunicazione è impegnato nella realizzazione del suo primo podcast. È prevista l'uscita della prima puntata nell'autunno 2023.