

CONCORSO PUBBLICO, PER TITOLI ED ESAMI, PER LA COPERTURA A TEMPO INDETERMINATO DI N. 1 POSTO DELL'AREA DEI PROFESSIONISTI DELLA SALUTE E DEI FUNZIONARI – RUOLO PROFESSIONALE – PROFILO PROFESSIONALE: SPECIALISTA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE (SCADUTO IL 14/08/2023 – PROVA SCRITTA ESPLETATA il 5/12/2023– PROVA ORALE ESPLETATA DAL 12/12/2023);

ASSOLVIMENTO OBBLIGO AZIENDALE DI PUBBLICAZIONE AI SENSI DELL'ART. 19 DEL D.LGS 33/2013 COME MODIFICATO DAL D.LGS 97/2016

PROVE SCRITTE

PROVA SCRITTA 1	ALLEGATO 1
PROVA SCRITTA 2	ALLEGATO 2
PROVA SCRITTA 3	ALLEGATO 3

PROVE ORALI vedasi allegato 4

CRITERI DI VALUTAZIONE DELLA COMMISSIONE - PROVE

PROVE:

PROVA SCRITTA: consta di 20 quiz a risposta multipla. Per la correzione verrà attribuito un punto a risposta esatta mentre nessuna penalizzazione per risposta errata od omissa.

Per le domande aperte verrà valutata la conoscenza degli argomenti proposti, capacità di redigere un comunicato stampa che contenga gli elementi essenziali (es. soggetto, oggetto, fatto, ...), capacità di immaginazione, pensiero critico e scrittura creativa.

PROVA ORALE: capacità espositiva, appropriatezza terminologica, originalità, chiarezza e correttezza dell'esposizione anche dal punto di vista sintattico e grammaticale, conoscenza e corretto utilizzo di programmi informatici di base e conoscenza della lingua inglese.

CRITERI DI VALUTAZIONE DELLA COMMISSIONE - TITOLI

La Commissione determina di attenersi ai seguenti criteri:

- ◆ i servizi verranno valutati fino alla data di rilascio del relativo certificato, fatto salvo quanto previsto in tema di autocertificazione;
- ◆ per i periodi non specificamente determinati, le annate saranno calcolate dal 31 dicembre del primo anno al 1° gennaio dell'ultimo anno, mentre le mensilità saranno calcolate dall'ultimo giorno del primo mese al primo giorno dell'ultimo mese;
- ◆ le attività svolte presso cliniche o istituti universitari e riferiti ad anni accademici saranno valutati dal 1° novembre al 31 ottobre dell'anno successivo, salvo diversa indicazione;
- ◆ di valutare esclusivamente i servizi effettivamente prestati e di non tenere conto di lettere di elogio, di partecipazioni di nomina ad uffici od incarichi, quando non risulti lo svolgimento dei medesimi;
- ◆ non saranno valutati attestati laudativi;

- ◆ non saranno valutate le idoneità conseguite in precedenti concorsi.

Ciò premesso, per quanto riguarda la valutazione riferita alle categorie specifiche dei titoli, la commissione determina i seguenti criteri:

Titoli di carriera (max p. 20)

La Commissione prende atto che l'art. 11 del D.P.R. 220/2001 prevede quanto segue:

“i titoli di carriera sono valutati se si tratta di servizio reso presso le unità sanitarie locali, le aziende ospedaliere, gli enti di cui agli articoli 20, 21 e 22 del DPR n. 220 del 27.3.2001 e presso altre pubbliche amministrazioni, nel profilo professionale a concorso o in qualifiche corrispondenti. Il servizio reso nel corrispondente profilo della categoria inferiore o in qualifiche corrispondenti è valutato con un punteggio non superiore al 50% di quello reso nel profilo relativo al concorso”.

Premesso quanto sopra decide di attribuire i seguenti punteggi:

- ◆ punti 1,200 l'anno per servizio svolto nel profilo professionale di specialista della comunicazione istituzionale;
- ◆ punti 0,600 l'anno per servizio svolto nel profilo della categoria inferiore.

La Commissione prende altresì atto che ai sensi del suddetto D.P.R.:

- ◆ i periodi di effettivo servizio militare di leva, di richiamo alle armi, di ferma volontaria e di rafferma, prestati presso le forze armate, ai sensi dell'art.22 della legge 958/86 sono valutati con i corrispondenti punteggi previsti per i concorsi disciplinati dal presente decreto per i servizi presso pubbliche amministrazioni, ove durante il servizio abbia svolto mansioni riconducibili al profilo a concorso, ovvero con il minor punteggio previsto dal presente decreto per il profilo o mansioni diverse, ridotto del 50%;
- ◆ i periodi di servizio omogeneo sono cumulabili;
- ◆ le frazioni di anno sono valutate in ragione mensile considerando, come mese intero, periodi continuativi di giorni trenta o frazioni superiori a quindici giorni;
- ◆ i periodi di servizio prestati a tempo parziale sono valutati proporzionalmente all'orario di lavoro previsto dal contratto collettivo nazionale di lavoro;
- ◆ in caso di servizi contemporanei è valutato quello più favorevole al candidato.

Titoli accademici e di studio (max p. 4)

La Commissione prende atto che l'art. 11 del D.P.R. 220/2001 prevede quanto segue:

- ◆ i titoli accademici e di studio, escluso il requisito di ammissione, sono valutati con un punteggio attribuito dalla commissione con motivata valutazione, tenuto conto dell'attinenza dei titoli posseduti con il profilo professionale da conferire.

Premesso quanto sopra la Commissione decide nel modo seguente:

- ◆ diploma di Laurea attinente: fino a punti 1.200;
- ◆ diploma di Laurea non attinente: fino a punti 0.450;
- ◆ diploma di qualifica e diploma di scuola media superiore: non attribuisce alcun punteggio perché necessari al conseguimento del titolo costituente il requisito di ammissibilità alla selezione;
- ◆ conseguimento di un secondo diploma di istruzione secondaria di 2° grado: punti 0,100 a prescindere dall'indirizzo del corso di studi, apprezzando tale titolo per il suo significato culturale.

Sono fatti comunque salvi elementi documentali riconducibili alla categoria sopra indicata per i quali la Commissione si riserva eventuale valutazione dandone adeguata motivazione.

Pubblicazioni e titoli scientifici (max p. 4)

La Commissione prende atto che ai sensi dell'art. 11 del D.P.R. 220/2001:

- ◆ la valutazione delle pubblicazioni deve essere adeguatamente motivata, in relazione alla originalità della produzione scientifica, all'importanza delle riviste, alla continuità ed ai contenuti dei singoli lavori, al grado di attinenza dei lavori stessi con la posizione funzionale da conferire, all'eventuale collaborazione di più autori;
- ◆ la Commissione deve, peraltro, tener conto, ai fini di una corretta valutazione:
- ◆ della data di pubblicazione dei lavori in relazione all'eventuale conseguimento di titoli accademici già valutati in altra categoria di punteggi;
- ◆ del fatto che le pubblicazioni contengano mere esposizioni di dati e casistiche, non adeguatamente avvalorate ed interpretate, ovvero abbiano contenuto solamente compilativo o divulgativo, ovvero ancora costituiscano monografie di alta originalità;
- ◆ i titoli scientifici sono valutati con motivata relazione tenuto conto dell'attinenza dei titoli posseduti con il profilo professionale da conferire.

Curriculum formativo e professionale (max p. 12)

La Commissione prende atto che ai sensi dell'art. 11 del D.P.R. 220/2001:

- ◆ nel curriculum formativo e professionale, sono valutate le attività professionali e di studio, formalmente documentate, non riferibili ai titoli già valutati nelle precedenti categorie, idonee ad evidenziare, ulteriormente, il livello di qualificazione professionale acquisito nell'arco della intera carriera e specifiche rispetto alla posizione funzionale da conferire nonché gli incarichi di insegnamento conferiti da enti pubblici;
- ◆ in tale categoria rientrano anche i corsi di formazione e di aggiornamento professionale qualificati con riferimento alla durata e alla previsione di esame finale;
- ◆ il punteggio attribuito dalla commissione è globale e deve essere adeguatamente motivato. La motivazione deve essere riportata nel verbale dei lavori della commissione.

ALLEGATO 1
PROVA 1

PROVA NON sorteggiata

1. Secondo Madeleine Leininger, antropologa e infermiera fondatrice di una delle teorie infermieristiche più affermate, per poter avere un'assistenza al paziente che sia realmente adeguata e funzionale è necessario:

- a. Prescindere dalle differenze culturali dei diversi pazienti, per evitare forme di discriminazione e razzismo ed attenersi ai protocolli ed alle linee guida pertinenti.
- b. Riconoscere le differenze culturali di cui la persona è portatrice rendendola soggetto dell'intervento.
- c. Studiare le medicine tradizionali dei pazienti stranieri, indispensabili perché sia riconosciuta l'autorevolezza dell'operatore sanitario e quindi si crei un'adeguata *compliance*.
- d. Individuare percorsi che superino le diversità culturali nell'ambito della salute e permettano di sviluppare processi comunicativi efficaci.

2. La teoria culturale-comportamentale sulle disuguaglianze di salute sostiene che:

- a. Le persistenti disuguaglianze di salute tra i differenti gruppi sociali non sono da attribuire ai diversi ambienti sociali in cui si cresce, ma all'influenza degli incontrollabili messaggi veicolati dai mass-media.
- b. Le persistenti disuguaglianze di salute tra i differenti gruppi sociali sono da attribuire ai diversi stili di vita che gli stessi gruppi conducono, soprattutto in termini di consumi alimentari ed esercizio fisico.
- c. I consumi alimentari e l'esercizio fisico non sono considerati rilevanti quando si parla di disuguaglianze di salute.
- d. La mancata natura empatica della relazione medico-paziente rappresenta l'elemento più influente in termini negativi sulle disuguaglianze di salute.

3. A quando viene fatto risalire l'inizio della Comunicazione scientifica?

- a. All'illuminismo, quando nel 1655 inizia la pubblicazione di due giornali di argomento scientifico: "Les journal des savants" a Parigi e "Philosophical transactions of the Royal Society of London" a Londra
- b. Al 1989, quando a Ginevra nasce il World Wide Web, precisamente presso il CERN (uno dei più importanti laboratori di fisica esistenti al mondo) e contestualmente prende vita il periodico "The Science communication... all over the world!".
- c. Alla scoperta della Penicillina, nel 1928, che dà fondamentale impulso alla creazione di due fra le più importanti riviste mediche mondiali, "The Lancet" e "New England Journal of Medicine", entrambe uscite per la prima volta nel 1929.
- d. Al 1819, quando Bartolomeo Bizio dà inizio alla nuova microbiologia e il clamore delle sue prime ricerche risulta fondamentale per la diffusione della "Gazzetta privilegiata di Venezia".

4. Come definiresti il fenomeno della «Cronofrenia»?

Scass
fmv
Wol

5. La Legge Regionale n. 23 del 30 novembre 2022 è dedicata al Caregiver familiare che viene riconosciuto quale soggetto volontario che, integrandosi con i servizi sociali, sociosanitari e sanitari, contribuisce al benessere psico-fisico della persona assistita e opera, in relazione alla situazione di bisogno, nell'ambito del Piano assistenziale individuale (PAI), assistendola e supportandola, in particolare, nella cura. Nel dettaglio, il provvedimento stabilisce che:
- a. La qualifica di caregiver non può essere riconosciuta a più di una persona per lo stesso assistito senza eccezioni.
 - b. La qualifica di caregiver può essere riconosciuta a più di una persona per lo stesso assistito, soprattutto per chi ha figli minori a carico.
 - c. La qualifica di caregiver familiare non può essere riconosciuta a più di una persona per lo stesso soggetto assistito, fatta eccezione per genitori con figli minori.
 - d. La qualifica di caregiver può essere riconosciuta ad un massimo di due persone che si alternano nelle attività di cura per lo stesso assistito, soprattutto per chi ha figli minori a carico.
6. A proposito di Comunicazione Istituzionale e Comunicazione politica, la Legge 150/2000:
- a. Introducendo la nuova figura dell'addetto stampa, distingue la comunicazione istituzionale (svolta dal portavoce) dalla comunicazione politica (svolta dall'Ufficio Stampa). Il responsabile di quest'ultimo ha una relazione fiduciaria con il vertice dell'ente e comunica agli organi di informazione scelte, orientamenti e strategie degli amministratori. L'ufficio Comunicazione, invece, acquisisce una nuova autonomia, in quanto risulta al servizio dell'amministrazione e non degli amministratori, mentre il portavoce fa riferimento diretto al vertice degli Enti.
 - b. Introducendo la nuova figura del portavoce, distingue la comunicazione istituzionale (svolta dall'ufficio stampa) dalla comunicazione politica (svolta appunto dal portavoce). Quest'ultimo ha una relazione fiduciaria con il vertice dell'ente e comunica agli organi di informazione scelte, orientamenti e strategie degli amministratori. L'Ufficio Stampa, invece, acquisisce una nuova autonomia, in quanto risulta al servizio dell'amministrazione e non degli amministratori, mentre il portavoce fa riferimento diretto al vertice degli Enti.
 - c. Introducendo la nuova figura del portavoce, distingue la comunicazione istituzionale (svolta dal portavoce) dalla comunicazione politica (svolta dall'addetto stampa). Quest'ultimo ha una relazione fiduciaria con il vertice dell'ente e comunica agli organi di informazione scelte, orientamenti e strategie degli amministratori. L'Ufficio Relazioni col Pubblico, invece, acquisisce una nuova autonomia, in quanto risulta al servizio dell'amministrazione e non degli amministratori, mentre il portavoce fa riferimento diretto al vertice degli Enti.
 - d. Introducendo la nuova figura del Responsabile dell'Ufficio Stampa aziendale, distingue la comunicazione istituzionale (svolta dal portavoce) dalla comunicazione politica (svolta dall'ufficio stampa). Quest'ultima articolazione dell'organizzazione ha una relazione fiduciaria con il vertice dell'ente e comunica agli organi di informazione scelte, orientamenti e strategie degli amministratori. Il portavoce, invece, acquisisce una nuova autonomia, in quanto risulta al servizio dell'amministrazione e non degli amministratori, mentre l'intero Ufficio Stampa fa riferimento diretto al vertice degli Enti.

aut *fmv*
SH *fmv*

Handwritten signatures and stamps at the top right of the page.

7. Spesso, anziché parlare genericamente di fake news, risulta più opportuno e utile distinguere fra i diversi tipi di information disorder:

- a. La *MALINFORMATION* (informazioni false condivise inconsapevolmente), che può essere motivata da vari fattori: guadagnare soldi, creare pressione politica, causare problemi, generare confusione. Quando la disinformazione viene diffusa nei social media potrebbe trasformarsi in *DISINFORMATION* (utenti consapevoli di pubblicare informazioni false o fuorvianti). La *MISINFORMATION*, infine, si verifica quando informazioni autentiche sono condivise per causare danni, ad esempio divulgando informazioni private al pubblico.
- b. La *DISINFORMATION* (informazioni false condivise intenzionalmente per causare danno), che può essere motivata da vari fattori: guadagnare soldi, creare pressione politica, causare problemi, generare confusione. Quando la disinformazione viene diffusa nei social media potrebbe trasformarsi in *MISINFORMATION* (utenti inconsapevoli di pubblicare informazioni false o fuorvianti). La *MALINFORMATION*, infine, si verifica quando informazioni autentiche sono condivise per causare danni, ad esempio divulgando informazioni private al pubblico.
- c. La *MISINFORMATION* (informazioni false condivise inconsapevolmente per causare danno), che può essere motivata da vari fattori: guadagnare soldi, creare pressione politica, causare problemi, generare confusione. Quando la disinformazione viene diffusa nei social media potrebbe trasformarsi in *MALINFORMATION* (utenti consapevoli di pubblicare informazioni false o fuorvianti). La *DISINFORMATION*, infine, si verifica quando informazioni false sono condivise per causare danni, ad esempio divulgando informazioni private al pubblico.
- d. La *MALINFORMATION* (informazioni false condivise intenzionalmente per causare danno), che può essere motivata da vari fattori: guadagnare soldi, creare pressione politica, causare problemi, generare confusione. Quando la disinformazione viene diffusa nei social media potrebbe trasformarsi in *DISINFORMATION* (utenti inconsapevoli di pubblicare informazioni false o fuorvianti). La *MISINFORMATION*, infine, si verifica quando informazioni false sono condivise per causare danni, ad esempio divulgando informazioni private al pubblico.

8. Per accesso civico si intende il diritto dei cittadini a richiedere gli atti, i documenti e le informazioni soggette ad obbligo di pubblicazione da parte della Pubblica amministrazione. La richiesta di «accesso civico» a chi va presentata?

- a. Al responsabile del servizio Prevenzione della corruzione e della trasparenza.
- b. Al Direttore generale.
- c. Al Responsabile dell'ufficio Comunicazione e relazioni esterne.
- d. Al Legale rappresentante e al responsabile della Prevenzione della corruzione e della trasparenza.

9. L'Ufficio relazioni con il pubblico è uno dei principali strumenti organizzativi attraverso cui le amministrazioni pubbliche possono assolvere ai loro compiti di comunicazione e relazione con l'esterno di riferimento. Quale può essere ritenuta una delle altre funzioni fondamentali dell'URP?

- a. Far sì che l'azienda appaia su tutti i Social Network esistenti per favorire il dialogo con i cittadini.
- b. Favorire il contatto da remoto (elettronico) da parte dell'utente portatore di una segnalazione rispetto alle modalità in presenza.
- c. Assicurarci che anche la comunicazione interna all'organizzazione circoli in modo efficace e funzionale alla gestione delle stesse relazioni con il pubblico.
- d. Favorire relazioni positive con le più influenti agenzie demoscopiche di riferimento.

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page.

Handwritten signature and initials in the top right corner.

10. Affiancandolo al già previsto accesso civico semplice, il legislatore ha introdotto l'accesso civico "generalizzato" (disciplinato al comma 2 dell'art. 5 del d.lgs. 33/2013, come modificato dal d.lgs. n. 97/2016) allo scopo di:

- a. Agevolare gli enti della P.A. nella pubblicazione sui relativi siti internet di tutto ciò che sia ritenuto universalmente utile e, inoltre, favorire gli enti stessi a veicolare quanto necessario per il raggiungimento della propria mission.
- b. Promuovere la partecipazione degli interessati all'attività amministrativa e favorire gli enti della P.A. a veicolare quanto necessario per il raggiungimento della propria mission.
- c. Agevolare gli enti della P.A. nella pubblicazione sui relativi siti internet di tutto ciò che sia ritenuto universalmente utile e favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche.
- d. Promuovere la partecipazione degli interessati all'attività amministrativa e favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche.

11. Per costruire una strategia di branding aziendale che produca risultati positivi potrebbe essere utile:

- a. Esaminare l'identità aziendale per decidere cosa cambiare e cosa mantenere. Creare un'unica "voce" che rifletta lo stesso messaggio in tutte le comunicazioni. Trasformare stakeholder, dipendenti e utenti in veri e propri ambasciatori del marchio. Assicurarsi che il messaggio finale sia pienamente coerente, chiaro e pertinente per il pubblico di riferimento. Verificare i risultati per capire la reale efficacia delle azioni intraprese ed eventualmente correggere il tiro della strategia.
- b. Valutare la forza organizzativa interna per farne base solida della comunicazione esterna. Creare un'unica "voce" che rifletta lo stesso messaggio in tutte le comunicazioni. Trasformare stakeholder, dipendenti e utenti in veri e propri ambasciatori del marchio. Assicurarsi che il messaggio finale sia pienamente coerente, chiaro e pertinente per il pubblico di riferimento. Verificare i risultati per capire la reale efficienza delle azioni intraprese ed eventualmente correggere il tiro della strategia.
- c. Esaminare l'identità aziendale per decidere cosa cambiare e cosa mantenere. Creare una pluralità di voci che riflettano lo stesso messaggio in tutte le comunicazioni. Trasformare solo i *social media specialist* dell'azienda negli ambasciatori del proprio marchio. Assicurarsi che il messaggio finale sia pienamente coerente, chiaro e pertinente per il pubblico di riferimento. Verificare i risultati per capire la reale efficacia delle azioni intraprese ed eventualmente correggere il tiro della strategia.
- d. Valutare la forza organizzativa interna per farne base solida della comunicazione esterna. Creare una pluralità di voci che riflettano lo stesso messaggio in tutte le comunicazioni. Trasformare i *social media specialist* dell'azienda negli ambasciatori del proprio marchio. Assicurarsi che il messaggio finale sia pienamente coerente, chiaro e pertinente per il pubblico di riferimento. Verificare i risultati per capire la reale efficacia delle azioni intraprese ed eventualmente correggere il tiro della strategia.

12. Cos'è una notizia?

- a. Un fatto che viene descritto in modo chiaro e puntuale.
- b. Un fatto insolito che fa scalpore.
- c. Un fatto che desta l'interesse dei lettori.
- d. Un fatto accaduto che viene descritto in modo chiaro e comprensibile per i lettori nel rispetto del Testo unico dei doveri del giornalista.

Handwritten signature and initials in the bottom right corner.

Amv
Scb

13. Nel 1985 l'AMA, l'American Marketing Association, definisce il Marketing come:

- a. L'insieme delle attività mediante le quali l'organizzazione, che può avere o non avere come obiettivo il profitto, mira a soddisfare le esigenze di altre persone od organizzazioni rendendo loro disponibili prodotti o servizi, sostenendo idee o affermando valori.
- b. La pianificazione di una strategia di comunicazione.
- c. L'insieme delle attività mediante le quali l'organizzazione, che ha come obiettivo il profitto, mira a soddisfare le esigenze di altre persone od organizzazioni rendendo loro disponibili prodotti o servizi, sostenendo idee o affermando valori.
- d. L'insieme delle attività mediante le quali l'organizzazione, che non ha come obiettivo il profitto, mira a soddisfare le esigenze di altre persone od organizzazioni rendendo loro disponibili prodotti o servizi, sostenendo idee o affermando valori.

14. Che cos'è il POAS e a cosa serve?

- a. È il Piano di Organizzazione Aziendale Strategica; lo strumento di programmazione con cui le ATS e le ASST definiscono il proprio assetto organizzativo e le loro modalità di funzionamento, in attuazione degli obiettivi aziendali.
- b. È il Piano di Organizzazione Aziendale Strategica; lo strumento di programmazione con cui le ATS e le ASST definiscono il proprio assetto organizzativo e le loro modalità di funzionamento, in attuazione degli obiettivi regionali.
- c. È il Piano di Organizzazione Aziendale Strategica; lo strumento di programmazione con cui le ATS e le ASST definiscono il proprio assetto organizzativo e le loro modalità di funzionamento, in attuazione degli obiettivi nazionali.
- d. È il Piano di Organizzazione Aziendale Strategica; lo strumento di programmazione con cui le ATS e le ASST definiscono il proprio assetto operativo e gli organigrammi per raggiungere gli obiettivi

15. Quale di questi compiti non spetta al Responsabile della transazione digitale (RTD)?

- a. Coordinamento strategico dello sviluppo dei sistemi informativi di telecomunicazione e fonia.
- b. Indirizzo pianificazione coordinamento e monitoraggio della sicurezza informatica relativamente ai dati, ai sistemi e alle infrastrutture anche in relazione al sistema pubblico di connettività
- c. Accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici e promozione dell'accessibilità.
- d. Nessuno dei compiti sopraelencati.

16. Comunicazione sanitaria e comunicazione per la promozione della salute, sono la stessa cosa? La invitiamo a rispondere motivando, in estrema sintesi, il perché della sua risposta.

a. Sì, si equivalgono perché

b. No, sono due cose diverse perché

Amv
Scb

Sette
17/11/2011
B. Scuderi

17. L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), detta anche World Health Organization (WHO), è:

- a. L'Agenzia specializzata dell'ONU per la salute. È stata fondata il 7 aprile 1965, con sede a Zurigo. Si erge a guida mondiale di tutti sistemi sanitari nazionali e svolge la propria azione di coordinamento all'insegna degli ormai famosi sette principi fondamentali: umanità, imparzialità, neutralità, indipendenza, volontariato, unità e universalità.
- b. L'Agenzia specializzata dell'ONU per la salute. È stata fondata il 7 aprile 1949, con sede a Ginevra. Persegue un approccio alla sanità di tipo integrativo e olistico, centrato sulla persona. Sovrintende alla creazione, modifica e gestione di tutti i sistemi sanitari dei Paesi aderenti, sottoscrittori di un trattato che li obbliga ad erogare sul proprio territorio di competenza le 84 prestazioni sanitarie ritenute universalmente fondamentali per il raggiungimento e il mantenimento della salute.
- c. L'Agenzia specializzata dell'ONU per la salute. È stata fondata il 7 aprile 1948, con sede a Ginevra. Il suo obiettivo è il raggiungimento da parte di tutte le popolazioni del livello più alto possibile di salute, intesa come una condizione di completo benessere fisico, mentale e sociale, e non soltanto come assenza di malattia o di infermità.
- d. L'Agenzia specializzata dell'ONU per la salute. È stata fondata il 7 aprile 1918, con sede a Zurigo. Il suo obiettivo è l'omogeneizzazione dei processi di cura nella totalità degli ospedali dei paesi aderenti. Ciò facendo costante riferimento ai soli elementi previsti dall'approccio bio-medico.

18. Dovendo pubblicare sul sito internet aziendale una notizia che necessita di essere accompagnata da un'immagine di cui non dispone come effettuerebbe la ricerca?

- a. Può risultare utile reperire l'immagine da Flickr, in quanto questo sito certificato a livello nazionale assicura l'assenza di copyright su quanto pubblicatovi. In alternativa, può essere utilizzata qualsiasi fotografia (raffigurante persone che abbiano compiuto i 12 anni) purché scattata all'interno degli spazi aziendali, cosa, quest'ultima, che permette di non dover raccogliere l'apposita liberatoria dei soggetti immortalati.
- b. Può risultare utile reperire l'immagine da Google o altri motori di ricerca, facendo comunque molta attenzione all'eventuale presenza di copyright, cosa che obbligherebbe almeno al versamento dei diritti e/o, se previsto, alla citazione della fonte. In alternativa, può essere utilizzata qualsiasi fotografia (raffigurante persone che abbiano compiuto i 18 anni) purché scattata all'interno degli spazi aziendali, cosa, quest'ultima, che permette di non dover raccogliere l'apposita liberatoria dei soggetti immortalati.
- c. Può risultare utile reperire l'immagine da Flickr, in quanto questo sito certificato internazionalmente assicura l'assenza di copyright su quanto pubblicatovi. In alternativa, può essere utilizzata qualsiasi fotografia sincerandosi, comunque, che i soggetti immortalati abbiano sottoscritto apposita liberatoria
- d. Può risultare utile reperire l'immagine da Google o altri motori di ricerca, facendo comunque molta attenzione all'eventuale presenza di copyright, cosa che obbligherebbe almeno al versamento dei diritti e/o, se previsto, alla citazione della fonte. In alternativa, può essere utilizzata qualsiasi fotografia sincerandosi, comunque, che i soggetti immortalati abbiano sottoscritto apposita liberatoria.

Scuderi
17/11/2011

Handwritten notes and signatures in the top right corner.

19. Con quale Legge Regionale e quando nascono le Case di Comunità e gli Ospedali di Comunità, ossia le nuove strutture del Servizio Sanitario Regionale per la salute, la cura e l'assistenza dei cittadini lombardi sul territorio?

- a. Con la Legge regionale n. 23 del 14/12/2021.
- b. Con la legge Regionale n 23 del 30/11/2022.
- c. Con la Legge Regionale n. 22 del 14/12/2021.
- d. Con la legge Regionale n 33 del 30/12/2021.

20. Gli elementi che compongono il messaggio sono:

- a. Rivelazione di sé, relazione, contenuto, appello.
- b. Struttura, contenuto, comunicazione meta verbale, tono.
- c. Ricevente, emittente, contenuto, tono.
- d. Ricevente, emittente, contenuto, comunicazione meta verbale, tono.

PROVA STAMPA

- a. Il primario di Nefrologia ha appena pubblicato uno studio sui benefici psicologici e non solo della dialisi domiciliare che coinvolge 780 pazienti dai 50 ai 70 anni di età. La incarica di scrivere un comunicato stampa allo scopo di far conoscere questa pratica e i suoi vantaggi. Le chiede inoltre di redigere il piano editoriale con il quale intende divulgare la notizia.

QUESTA PROVA VA SVOLTA SUL FOGLIO DI PROTOCOLLO CHE VI È STATO CONSEGNATO

PROVA DI IMMAGINAZIONE EMPATICA NEI PANNI DI ...

- b. Immagina di essere un bambino di 12 anni che sta per entrare in sala operatoria: cosa vedi, come ti senti ... e tutto quello che ti viene in mente.

QUESTA PROVA VA SVOLTA SUL FOGLIO DI PROTOCOLLO CHE VI È STATO CONSEGNATO

Handwritten signature and initials in the bottom right corner.

Prova NON sorteggiata

ALLEGATO 2
PROVA 2



1. A proposito di diseguaglianze di salute, il termine *inequalities* sta a indicare:

- Diseguaglianze che possono essere cancellate, quelle che l'uomo può gestire e controllare e delle quali può verificare l'esistenza misurandole.
- Diseguaglianze che ogni giorno vengono affrontate e gestite al fine di mantenere un buon livello di ordine pubblico e controllo sociale.
- Diseguaglianze che non possono essere cancellate, quelle che l'uomo non può gestire né controllare e delle quali può solamente verificare l'esistenza misurandole.
- Diseguaglianze che l'uomo non può gestire né controllare e che riguardano esclusivamente i Paesi in via di sviluppo.

2. Considerare la malattia come *illness* significa:

- Rivolgere la propria attenzione alla disfunzione o lesione, definibile in termini oggettivi e quantificabili.
- Riferirsi al fenomeno della percezione individuale e sociale del sé alterata dalla malattia.
- Considerare l'esperienza del dolore e le risposte dei pazienti al piano di cura.
- Offrire risposte standardizzate a gruppi di patologie simili.

3. Per «Convergenza multimediale» si intende che:

- I media tradizionali sono stati sostituiti dai nuovi media che hanno acquisito in modo convergente contenuti e modalità operative dai media tradizionali, modificandoli e adattandoli al nuovo ambiente digitale. In ogni caso, ogni media contemporaneo risente e reagisce in ragione della presenza e dell'attività degli altri media.
- I media tradizionali non sono stati sostituiti ma re-integrati e re-incorporati dai nuovi media e sono stati spinti a modificarsi e adattarsi al nuovo ambiente digitale. Per questo ogni media è condizionato e reagisce anche in ragione della presenza e dell'attività degli altri media.
- I media tradizionali e i nuovi media coesistono all'interno del nuovo ambiente digitale attraverso la costruzione di contenuti diversificati. Per «convergenza multimediale» si intende la corrispondenza di contenuti che vengono costruiti ad hoc, di volta in volta, per le diverse necessità comunicative.
- I media tradizionali sono stati superati dai nuovi media perchè rispondono alle attuali esigenze di informazione e comunicazione del pubblico contemporaneo. In tal senso, i dati del Censis 2023 rispetto a come si informano le persone e il calo delle vendite dei giornali (carta stampata) parlano chiaro.

4. Cosa sono i mass media? La invitiamo a barrare con una X le risposte che ritiene siano corrette:

- Prodotti culturali e simbolici.
- Apparati tecnologici.
- Imprese e modelli economici di business e consumo
- Strutture di mediazione, relazione e interazione sociale che svolgono un ruolo di comunicazione tra diversi soggetti.
- Mezzi di comunicazione pensati per informare e comunicare rapidamente a distanza ad un pubblico vasto e differenziato.
- Dispositivi che si strutturano e si sviluppano assieme alla società
- Tutte le risposte sopraelencate
- Nessuna delle risposte sopraelencate

5. Secondo la legge 23 del 2015, il Piano Regionale della Prevenzione (PRP):
- Ha durata quadriennale.
 - Definisce processi di prevenzione della salute che attivino il ruolo delle politiche non sanitarie
 - Deve garantire il corretto utilizzo delle risorse, ma non il conseguimento del risultato vero di salute.
 - Definisce processi di prevenzione della salute che attivino il ruolo delle politiche sanitarie.
6. Il sistema di gestione dei servizi di Normann è basato sull'integrazione e sull'interazione fra diverse aree, quali?
- Il concetto di servizio, il segmento di mercato, la cultura e la filosofia, il sistema di erogazione del servizio e l'integrazione fra diversi servizi.
 - Il concetto di servizio, il segmento di mercato, il sistema di erogazione del servizio, l'immagine e l'integrazione fra diversi servizi.
 - Il concetto di servizio, il segmento di mercato, la cultura e la filosofia, il sistema di erogazione del servizio, l'immagine.
 - Il concetto di servizio, la cultura e la filosofia, il sistema di erogazione del servizio, l'immagine e l'integrazione fra diversi servizi.
7. Quali sono le dimensioni della performance individuale, ai sensi delle linee guida del dipartimento della Funzione pubblica?
- Risultati e progettualità
 - Risultati, progettualità e comportamenti
 - Risultati e comportamenti
 - Progettualità e comportamenti
8. L'URP è:
- L'ufficio che incarna la cultura della trasparenza.
 - Lo sportello unico della pubblica amministrazione che gestisce le segnalazioni degli utenti.
 - L'ufficio che svolge l'esclusiva attività di informazione agli utenti in ogni declinazione.
 - L'ufficio che ha la funzione fondamentale di tenere i rapporti tra la Direzione aziendale e le Direzioni di altri enti.
9. Il diritto di «accesso civico» è:
- Il diritto di chiunque a richiedere l'accesso agli atti, ai documenti e alle informazioni soggette ad obbligo di pubblicazione, nei casi di omissione della loro pubblicazione.
 - Il diritto dei cittadini di accedere in qualsiasi momento agli atti, ai documenti e alle informazioni prodotte dalla pubblica amministrazione.
 - Il diritto dei cittadini di accedere e partecipare per senso civico alla stesura dei atti e dei documenti di pubblica utilità.
 - Il diritto di chiunque a richiedere l'accesso agli atti, ai documenti e alle informazioni, comprese quelle senza obbligo di pubblicazione.

Handwritten signature and initials in the top right corner.

10. Cosa si intende per «disinformazione»?

- a. Quando le informazioni false sono condivise consapevolmente.
- b. Quando le informazioni false sono condivise consapevolmente con l'intento di arrecare un danno.
- c. Quando le informazioni false sono condivise inconsapevolmente senza la volontà di arrecare danno.
- d. Quando informazioni autentiche private segrete o vincolate sono divulgate e diffuse con l'intento di causare danno.

11. Nell'ambito della comunicazione sociale, cosa si intende per «fiducia epistemica»?

- a. È la volontà individuale che permette di valutare, secondo precisi criteri, l'affidabilità o meno del messaggio trasmesso da uno specifico interlocutore.
- b. È la volontà individuale di considerare la conoscenza trasmessa da un'altra persona come degna di fiducia, rilevante di per sé e generalizzabile.
- c. È una competenza specifica che consente di prendere una posizione netta rispetto all'affidabilità o meno del livello di conoscenza di uno specifico interlocutore che consideriamo rilevante di per sé.
- d. È l'attitudine del professionista della comunicazione a individuare secondo criteri scientifici il livello di affidabilità di uno specifico interlocutore.

12. Quali sono i criteri essenziali di notiziabilità?

- a. Capacità di impatto, novità, attualità, originalità.
- b. Capacità di impatto, novità, attualità, originalità, conflittualità e chiarezza del linguaggio.
- c. Capacità di impatto, novità, attualità, originalità, prestigio sociale e chiarezza del linguaggio.
- d. Capacità di impatto, novità e attualità, originalità, conflittualità e prestigio sociale.

13. In ambito giornalistico, cosa si intende per fonte primaria e fonte secondaria?

- a. La fonte primaria è l'ente o l'istituzione direttamente interessata dal fatto e la fonte secondaria è chi racconta il fatto per sentito dire.
- b. La fonte primaria è il diretto interessato dal fatto accaduto mentre la fonte secondaria è chi conosce il fatto senza essere direttamente interessato.
- c. La fonte primaria è il fatto mentre la fonte secondaria è chi racconta il fatto.
- d. Non esiste questa distinzione perché una fonte è di per sé primaria purchè sia autorevole, riconoscibile, certificata e verificabile.

14. L'agenda digitale europea del 2020 indica otto azioni fondamentali definite pilastri. La invitiamo a indarne almeno cinque: (riposta aperta)

Handwritten signature and initials in the bottom right corner.

15. Quale tra le seguenti affermazioni è falsa?

- a. Il capo ufficio stampa cura i collegamenti con gli organi di informazione sulla base delle direttive impartite dall'organo di vertice dell'amministrazione.
- b. I coordinatori e i componenti dell'ufficio stampa non possono esercitare, per tutta la durata dei relativi incarichi, attività professionali nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche.
- c. Il personale dell'ufficio stampa non deve essere necessariamente iscritto all'albo nazionale dei giornalisti.
- d. L'ufficio stampa è in staff alla direzione generale.

16. Nella progettazione del piano di comunicazione quali elementi e quali dati ci aiutano a definire i nostri destinatari Target/utenti?

- a. Dati analitici dei canali di comunicazione, analisi dei reclami e commenti ai post social, confronto con gli stakeholder
- b. Dati analitici dei canali di comunicazione e ricerche di mercato e studi di settore.
- c. Dati analitici dei canali di comunicazione, ascolto proattivo degli utenti, confronto con gli stakeholder.
- d. Dati analitici dei canali di comunicazione, confronto con le altre ATS e ASST, valutazione del contesto.

17. Come possiamo definire la Health Literacy?

- a. È la capacità di comprendere testi medici.
- b. È il livello in cui si colloca la capacità degli individui di ottenere e comprendere le informazioni "per" e "sulla" salute necessarie per accedere correttamente alle prestazioni sanitarie e adottare un sano stile di vita.
- c. È la capacità dei medici di farsi capire e spiegare gli aspetti relativi alla salute, utilizzando un linguaggio comprensibile a tutti.
- d. È il livello in cui si colloca la capacità degli individui di ottenere le informazioni - per e sulla salute - necessarie per cambiare i propri comportamenti e gli stili di vita.

18. Secondo l'art.2-ter del Decreto Legislativo 196/2003, per "diffusione" si intende:

- a. Dare conoscenza dei dati personali a uno o più soggetti determinati diversi dall'interessato, dal rappresentante del titolare nel territorio dell'Unione europea, dal responsabile o dal suo rappresentante nel territorio dell'Unione europea, dalle persone autorizzate, ai sensi dell'articolo 2-quaterdecies, al trattamento dei dati personali sotto l'autorità diretta del titolare o del responsabile, in qualunque forma, anche mediante la loro messa a disposizione, consultazione o mediante interconnessione.
- b. La diffusione è un sinonimo di comunicazione.
- c. Dare conoscenza dei dati personali a soggetti indeterminati, nella sola forma scritta.
- d. Dare conoscenza dei dati personali a soggetti indeterminati, in qualunque forma, anche mediante la loro messa a disposizione o consultazione.

Handwritten initials and signatures at the top right of the page.

19. Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) prevede 18,5 miliardi per interventi nel settore della salute, che riguardano l'attuazione di reti di prossimità per l'assistenza sanitaria territoriale, l'innovazione, la ricerca e la digitalizzazione del servizio sanitario nazionale. Tra gli interventi per l'assistenza sanitaria territoriale è prevista l'apertura di almeno 1.350 Case della Comunità entro il 2026.

- a. È vero.
- b. È vero in parte perché le Case di Comunità previste sono meno di mille
- c. È vero in parte perché le Case di Comunità sono in prevalenza finanziate da fondi regionali.
- d. Non è vero.

20. Fra le attività del comunicatore pubblico è contemplata anche quella di garantire il diritto di accesso ai servizi e di partecipazione ai procedimenti amministrativi dei cittadini?

- a. Sì, ma solo in caso di specifica domanda di accesso agli atti da parte del cittadino.
- b. Sì.
- c. No, è una attività prettamente amministrativa in capo all'Ufficio Affari generali e legali.
- d. No.

PROVA STAMPA

L'ASST per cui lavori è entrata nella "World's Best Specialized Hospitals 2024", la classifica internazionale delle migliori specialità ospedaliere. Apprende la notizia dal Direttore generale mentre è in corridoio e non ha tempo di spiegare i dettagli, nessuno meglio di Lei conosce la realtà aziendale. Le chiede di scrivere una nota stampa di almeno 2500 battute che enfatizzi l'ottimo risultato conseguito e il perché è stato raggiunto. È necessario predisporre anche il piano editoriale con il quale intende divulgare la notizia.

QUESTA PROVA VA SVOLTA SUL FOGLIO DI PROTOCOLLO CHE VI È STATO CONSEGNATO

NEI PANNI DI ...

PROVA DI IMMAGINAZIONE EMPATICA

Immagina di essere una signora di ottant'anni. Sei appena arrivata in Pronto soccorso dopo una brutta caduta: cosa vedi, come ti senti e tutto quello che ti viene in mente.

QUESTA PROVA VA SVOLTA SUL FOGLIO DI PROTOCOLLO CHE VI È STATO CONSEGNATO

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page.

1. A proposito di diseguaglianze di salute, il termine *inequities* sta ad indicare:
 - a. Differenze inique, ovvero evitabili, non necessarie, ingiuste, che si riscontrano tra diversi gruppi sociali e che rispecchiano un'iniqua distribuzione dei determinanti sociali, economici ed ambientali della salute all'interno di una popolazione.
 - b. Differenze inevitabili che si riscontrano tra diversi Paesi del mondo e che rispecchiano un'equa distribuzione dei determinanti sociali, economici ed ambientali della salute all'interno di una popolazione
 - c. Differenze inique relative alle condizioni ecologico-ambientali che impediscono il mantenimento di livelli di salute ottimali e che sono oggetto di trattativa tra gli Stati in seno all'OMS
 - d. Differenze economicamente rilevanti che riguardano esclusivamente il tema della salute nei Paesi latino-americani e che risultano oggetto di studio da parte dell'OMS

2. Nel modello proposto da Ardigo si suggerisce la «matrice del quadrilatero» come ampio e generale modello sociologico di analisi della salute . Trattasi di una matrice composta da quattro concetti tra loro interconnessi, ovvero quattro poli concettuali rappresentati. Tra questi, per «Natura interna» si intende:
 - a. Ambiente fisico in genere e habitat non umano degli insediamenti umani ma anche sistemi viventi non umani intesi come agenti patogeni per la salute e come risorse per la cura.
 - b. Ambiente fisico in genere e habitat degli insediamenti umani ma non altri sistemi viventi.
 - c. Corpo umano inteso come unità psico-somatica.
 - d. Soggetto vivente nella forma di attore intenzionale e di social self, che agisce all'interno della natura condivisa.

3. Cosa si intende per effetto «framing»?
 - a. È una tecnica particolare di storytelling molto efficace per trattare i temi inerenti la salute.
 - b. È un pregiudizio cognitivo a seguito del quale le persone effettuano scelte in base al fatto che le opzioni siano presentate con connotazioni positive o negative.
 - c. È un pregiudizio cognitivo che condiziona la comprensione di ciò che è giusto o sbagliato, soprattutto in relazioni a questioni mediche.
 - d. È una tecnica particolare di storytelling utile a mettere in evidenza ciò che è giusto e ciò che è sbagliato per aiutare il paziente a comprendere il testo.

4. Secondo la legge 23 del 2015, gli organi delle ASST, delle ATS, delle AO e degli IRCCS sono:
 - a. Il Direttore Generale, il Collegio di Direzione e il Collegio Sindacale.
 - b. Il Direttore Generale, il Direttore Amministrativo, il Direttore Sanitario, il Direttore Sociosanitario.
 - c. Il Direttore Generale, il Direttore Amministrativo, il Direttore Sanitario.
 - d. Il Direttore Generale, il Direttore Amministrativo, il Direttore Sanitario, il Direttore Sociosanitario, il Collegio di Direzione.

Handwritten signature and initials in the top right corner.

5. Per accesso civico si intende il diritto dei cittadini a richiedere gli atti, i documenti e le informazioni soggette ad obbligo di pubblicazione da parte della PA. La richiesta di «accesso civico» deve essere motivata?

- a. Sì, deve sempre essere motivata
- b. No, non deve essere motivata
- c. Dipende dal tipo di richiesta
- d. Ovviamente sì: la richiesta deve sempre essere motivata in modo puntuale e oggettivo. Alla domanda va allegato un documento di identità.

6. Cosa si intende per «misinformazione»?

- a. Quando si condividono informazioni false ma non si intende causare alcun danno.
- b. Quando si condividono informazioni false con la precisa volontà di arrecare un danno.
- c. Quando le informazioni false sono condivise consapevolmente a destinatari selezionati.
- d. Quando informazioni autentiche private segrete o vincolate sono divulgate e diffuse con l'intento di causare danno.

7. Comunicazione organizzativa interna, di cosa si tratta?

- a. È la comunicazione che governa le relazioni con il personale e i soggetti che variamente concorrono alla generazione del valore aziendale con il fine ultimo di promuovere in modo comune l'organizzazione e i servizi e orientare i comportamenti dei cittadini.
- b. È la comunicazione che governa le relazioni con il personale e i soggetti che variamente concorrono alla generazione del valore aziendale con il fine ultimo di sviluppare una comune cultura organizzativa e orientare i comportamenti individuali verso una finalità condivisa.
- c. È la comunicazione che governa le relazioni con il personale e i soggetti che variamente concorrono alla generazione del valore aziendale con il fine ultimo di promuovere le attività aziendali più significative per informare i cittadini.
- d. È la comunicazione che governa le relazioni con il personale e i soggetti che variamente concorrono alla generazione del valore aziendale con il fine ultimo di rendere partecipi i cittadini e modificare il loro comportamento per quanto riguarda i corretti stili di vita.

8. Quali sono le tre modalità d'uso della comunicazione da parte delle istituzioni pubbliche?

- a. Comunicazione sociale, comunicazione politica, comunicazione istituzionale.
- b. Comunicazione interpersonale, comunicazione pubblica, comunicazione istituzionale.
- c. Comunicazione interpersonale, comunicazione esterna, comunicazione interna.
- d. Comunicazione sociale, comunicazione politica, comunicazione pubblica.

9. Le chiediamo di spiegare in modo sintetico ed efficace, quale è – ammesso che ci sia - la differenza fra piano strategico e piano di comunicazione?

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.

Carlo...

10. In riferimento alla Carta della cittadinanza digitale (CAD) istituita nel 2016 quali sono i principali diritti stabiliti da questo documento:

- a. Identità digitale: ogni cittadino ha diritto all'identità digitale.
- b. Domicilio digitale: chiunque ha il diritto di eleggere un domicilio digitale.
- c. Pagamenti elettronici.
- d. Servizi on line.
- e. Wi-fi in luoghi ed edifici pubblici.
- f. Accessibilità (le persone disabili hanno diritto ad accedere ai servizi digitali).
- g. Tutte le risposte precedenti sono corrette.

11. La Regione Lombardia attraverso l'approvazione a dicembre 2021 di una nuova legge - la Legge Regionale 14 dicembre 2021, n. 22 - ha previsto importanti interventi di miglioramento e rafforzamento del sistema sanitario e sociosanitario lombardo. Indichi quali sono i capisaldi del provvedimento.

- a. Il potenziamento e la creazione di strutture e presidi territoriali; il rafforzamento dell'assistenza domiciliare; lo sviluppo della telemedicina; una più efficace integrazione con tutti i servizi socio-sanitari.
- b. Il potenziamento e la creazione di Case di comunità; il rafforzamento dell'assistenza domiciliare; lo sviluppo del teleconsulto; una più efficace integrazione con tutti i servizi socio-sanitari.
- c. Il potenziamento e la creazione di ambulatori di prossimità; il rafforzamento dell'assistenza domiciliare; lo sviluppo del teleconsulto; una più efficace integrazione con tutti i servizi socio-sanitari.
- d. Nessuna delle precedenti risposte è corretta.

12. Quali sono le fasi del ciclo della performance?

- a. Programmazione, gestione, misurazione, valutazione, rendicontazione.
- b. Programmazione, gestione, valutazione, rendicontazione.
- c. Programmazione, gestione, misurazione, rendicontazione e valorizzazione.
- d. Programmazione, gestione, misurazione, valutazione, rendicontazione, valorizzazione.

13. Che cos'è il FOIA?

- a. È la normativa che garantisce a chiunque il diritto di accesso alle informazioni della P.A. secondo principi di fiducia organizzativa e informativa allargata.
- b. È la normativa che regola e garantisce la formazione organizzativa istituzionale allargata a soggetti terzi, salvo i limiti stabiliti dalla legge.
- c. È la normativa che garantisce a chiunque il diritto di accesso alle informazioni detenute dalle pubbliche amministrazioni, salvo i limiti a tutela degli interessi pubblici e privati stabiliti dalla legge.
- d. È la normativa che definisce i criteri per la gestione finanziaria delle risorse organizzative intra aziendali secondo i limiti stabiliti dalla legge.

14. Come deve essere un obiettivo secondo la formula SMART?

- a. Specifico, misurabile, raggiungibile, rilevante, realizzabile e definito nel tempo.
 - b. Specifico, creativo, attraente, replicabile e definito nel tempo.
 - c. Specifico, misurabile, raggiungibile, rilevante, realizzabile e definito nel medio periodo.
 - d. Specifico, misurabile, realizzabile e definito nel medio periodo.
- Am...*

Artello
Artello

15. La caratteristica peculiare del questionario è:

- a. La possibilità di variare le domande in funzione dell'interlocutore.
- b. L'impossibilità di variare le domande in funzione dell'interlocutore.
- c. La determinazione di un campione.
- d. L'impossibilità di variare le risposte in funzione dell'interlocutore.

16. Quali sono le dimensioni della performance organizzativa, ai sensi delle Linee guida del Dipartimento della Funzione Pubblica?

- a. Stato delle risorse, efficienza, efficacia, impatto
- b. Stato delle risorse, efficacia, impatto e sostenibilità economica
- c. Stato delle risorse, efficienza, efficacia e sostenibilità
- d. Stato delle risorse, efficienza, efficacia e competenze amministrative

17. Il portavoce:

- a. Non può, per tutta la durata del relativo incarico, esercitare attività nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche.
- b. Non può esercitare attività nei settori radiotelevisivo, del giornalismo e della stampa, ma può esercitare nel settore delle relazioni pubbliche
- c. Può esercitare attività solo nei settori della stampa e delle relazioni pubbliche
- d. Non può, per tutta la durata del relativo incarico, esercitare attività giornalistiche.

18. Che cos'è l'Agenda 2030 per lo Sviluppo sostenibile?

- a. È l'analisi dell'UNESCO, pubblicata il 25 settembre 2015, che si riferisce alle politiche di sviluppo da applicare nel campo dell'istruzione, della scienza e della cultura e alla sostenibilità ambientale.
- b. È il programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto il 25 settembre 2015 dall'Assemblea generale dell'Onu, in cui sono indicati i 17 Obiettivi per lo Sviluppo sostenibile.
- c. È il programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto il 25 settembre 2015 dall'Assemblea generale dell'UNESCO, in cui sono indicati i 17 Obiettivi per lo Sviluppo sostenibile.
- d. È il programma d'azione sottoscritto nel 2020 dall'Unione Europea per affrontare il cambiamento climatico a cui aderiscono tutti i paesi dell'Unione.

19. Che cos'è il PIAO?

- a. Il PIAO è un documento unico di programmazione e governance che, dal 1° luglio 2022, sostituisce una serie di Piani che finora le amministrazioni erano tenute a predisporre. Tra questi, i piani della performance, del lavoro agile (POLA) e dell'anticorruzione.
- b. Il PIAO è un documento unico di programmazione e governance che, dal 1° luglio 2022, si aggiunge a una serie di Piani che le amministrazioni sono tenute a predisporre. Tra questi, i piani della performance, del lavoro agile (POLA) e dell'anticorruzione.
- c. Il PIAO è il Piano Integrato di attività e organizzazione, un documento unico di programmazione e governance che, dal 1° luglio 2022 si aggiunge al piano della performance.
- d. Nessuna delle precedenti risposte è corretta.

Artello
Artello
Artello

20. Quali sono gli elementi che il Piano di comunicazione deve necessariamente definire? La risposta verrà considerata corretta se verranno elencati almeno nove fra gli elementi imprescindibili.

Handwritten initials and marks in the top right corner.

PROVA STAMPA

L'ASST per cui lavori è entrata nella "World's Best Specialized Hospitals 2024", la classifica internazionale delle migliori specialità ospedaliere. Apprende la notizia dal Direttore generale mentre è in corridoio e non ha tempo di spiegare i dettagli, nessuno meglio di Lei conosce la realtà aziendale. Le chiede di scrivere una nota stampa di almeno 2500 battute che enfatizzi l'ottimo risultato conseguito e il perché è stato raggiunto. È necessario predisporre anche il piano editoriale con il quale intende divulgare la notizia.

QUESTA PROVA VA SVOLTA SUL FOGLIO DI PROTOCOLLO CHE VI È STATO CONSEGNATO

**PROVA DI IMMAGINAZIONE EMPATICA
NEI PANNI DI ...**

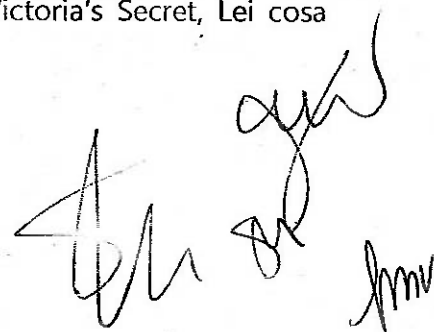
Immagina di essere un giovane ragazzo appena arrivato in Italia dall'Iran. Hai un problema, soffri di attacchi di panico. Sei in attesa di una visita nella sala di attesa del CPS: cosa vedi, come ti senti, che tipo di aiuto vorresti ricevere e tutto quello che ti viene in mente.

QUESTA PROVA VA SVOLTA SUL FOGLIO DI PROTOCOLLO CHE VI È STATO CONSEGNATO

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page.

ALLEGATO 4

1. A proposito di crisi comunicativa, un caso studio ritenuto da manuale riguarda l'avvelenamento con cianuro delle pillole di analgesico Tylenol - prodotto da Jhonson & Jhonson - che nel 1982 causò la morte di sette persone, fra cui una bambina.
Dal punto di vista comunicativo come fu affrontata la crisi e come si risolse?
Se non ricorda i dettagli del caso specifico, in qualità di direttore della comunicazione della Jhonson & Jhonson, Lei cosa avrebbe fatto?
2. Nel 2013 Guido Barilla ospite della trasmissione radiofonica La Zanzara alla domanda del giornalista: «Lei non farebbe mai uno spot con una famiglia omosessuale seduta a tavola?» Barilla risponde: «No, non lo farei, non per mancanza di rispetto agli omosessuali che hanno il diritto di fare quello che vogliono, senza distruggere gli altri, ma perché non la penso come loro, penso che la famiglia a cui ci rivolgiamo noi è comunque quella classica». La reazione emotiva del pubblico fu immediata. Si ricorda cosa accadde e quali strategie comunicative mise in atto la Barilla? Nel ruolo di direttore della comunicazione di Barilla, Lei cosa avrebbe fatto?
3. Nel 2011 Samuele Riva, animatore di Blogzero, pubblicò una serie di post molto critici sull'omeopatia che attirarono la curiosità dei lettori. La ditta a cui era rivolto l'attacco era la Boiron Italia e il prodotto sotto accusa un rimedio contro i sintomi influenzali. Si ricorda cosa accadde e come fu affrontata la crisi comunicativa dalla Boiron?
Nel ruolo di direttore della comunicazione di Boiron Italia, Lei cosa avrebbe fatto?
4. Nel 2014, il marchio statunitense di indumenti femminili Victoria's Secret è stato travolto da una profonda crisi mediatica a causa del claim «The perfect Body» abbinato alla foto di otto top model dai corpi perfetti per il lancio di una nuova campagna pubblicitaria. La reazione di milioni di donne che si sentirono discriminate fu immediata: si ricorda cosa accadde e come reagì l'azienda? Nel ruolo di direttore della comunicazione di Victoria's Secret, Lei cosa avrebbe fatto?



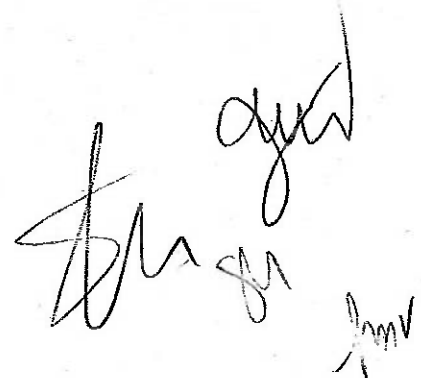
5. Il 12 gennaio 2012 Mac Donald lancia una campagna Twitter con l'hashtag #MeetTheFarmes. L'obiettivo è conoscere l'opinione dei clienti rispetto ad alcuni prodotti. L'iniziativa va piuttosto bene, così che poche ore dopo decidono di lanciare un altro hashtag #McDstories per conoscere le storie dei consumatori, ma qualcosa va storto. Si ricorda cosa accadde e come reagì l'azienda? Diversamente cosa pensa sia accaduto e Lei cosa avrebbe fatto?

6. La recente campagna promossa dal Ministero per il Turismo dal titolo «Open to meraviglia» ha fatto molto discutere gli esperti del mondo della comunicazione. Ci spiega perché? Quali sono i punti deboli e i punti di forza di questa campagna molto criticata e cosa farebbe per affrontare la crisi mediatica che sta attraversando?

7. Nel 2022, la Ferrero è stata interessata da una crisi mediatica dovuta alla contaminazione da salmonella degli ovetti Kinder - a base di cioccolato e prodotti in 70 paesi. La vicenda ha coinvolto 150 bambini, molti dei quali finiti in ospedale. Quali sono state le strategie comunicative adottate dalla Ferrero? Nel ruolo di direttore della comunicazione della Ferrero, Lei cosa avrebbe fatto?

8. La crisi comunicativa che fra il 2020 e il 2021 ha coinvolto Astra Zeneca, in relazione al vaccino anti Covid-19, è diventata un caso studio internazionale. Può spiegare gli aspetti salienti della vicenda? Quali sono state le strategie comunicative adottate e con quali esiti?

9. Nel settembre del 2015 la Volkswagen viene coinvolta dallo scandalo dei controlli truccati delle emissioni di gas sui motori diesel. Quasi immediatamente le azioni Volkswagen calano del 19% e i vertici si dimettono. Quali sono state le strategie comunicative applicate dall'azienda e con quali esiti? Nel ruolo di direttore della comunicazione di Volkswagen, Lei cosa avrebbe fatto?

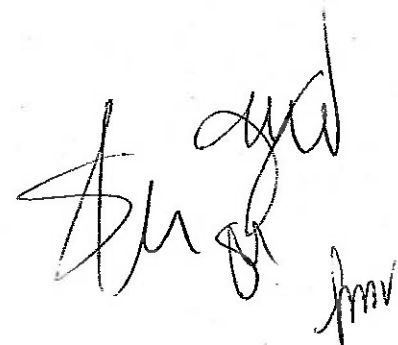
The bottom right corner of the page contains several handwritten signatures and initials in black ink. There are three distinct signatures, with the largest one being a cursive name that appears to be 'Francesca'. To its right and below are smaller, less legible initials and another signature.

10. In Italia, uno dei casi più eclatanti di crisi comunicativa, anche per la drammaticità dell'evento, riguarda Costa Crociere e il naufragio della nave Concordia all'isola del Giglio avvenuto il 13 gennaio 2012. Quale fu la strategia comunicativa adottata da Costa Crociere (punti di forza e criticità)? Nel ruolo di direttore della comunicazione di Costa Crociere, Lei cosa avrebbe fatto?

11. È sabato pomeriggio, sta passeggiando in compagnia nel centro storico della sua città, viene contattato dal centralino dell'Ospedale per il quale lavora perché una signora molto arrabbiata vuole denunciare un caso di malasanità che riguarda la chirurgia, oltre ai problemi del post-operatorio denuncia la scarsa attenzione al paziente, la mancata assistenza alla persona e la maleducazione del personale. Cosa decide di fare?

12. È domenica pomeriggio, riceve una telefonata dal medico reperibile della direzione medica che le chiede aiuto: la figlia di un paziente con demenza ha appena scoperto che il padre è stato dimesso dal pronto soccorso senza che lei sia stata avvisata. Il padre è uscito da solo ed è stato ritrovato che vagava a più di un km di distanza in stato confusionale. La figlia è arrabbiata e incredula, pensava di aver affidato il padre a una struttura affidabile suo padre avrebbe dovuto essere al sicuro e invece... Lei cosa decide di fare?

13. La mamma di un ragazzo con una disabilità gravissima, ricoverato presso una struttura residenziale, scopre che l'intervento in day hospital fissato da tempo presso l'ospedale è stato annullato per carenza di personale. Per questo scrive una lettera di denuncia molto puntuale dai toni decisi al giornale locale. La lettera suscita molti commenti e prese di posizione - talvolta aggressive - contro l'ospedale. Cosa decide di fare?

Handwritten signature and initials in black ink, located in the bottom right corner of the page. The signature appears to be 'F. Agui' and the initials below it are 'F. Agui'.

1)

Article 5

The Republic shall be one and indivisible; it shall recognise and promote local autonomies and implement the fullest measure of administrative decentralisation of those services which are provided by the State; it shall adapt the principles and methods of its legislation to the requirements of autonomy and decentralisation.

2)

Article 15

Freedom and confidentiality of correspondence and of every other form of communication shall be inviolable. Limitations may only be imposed by reasoned judicial decision and in accordance with the safeguards provided by the law.

3)

Article 21

Everyone shall have the right to freely express their thoughts in speech, writing, or any other form of communication. The press may not be subjected to any authorisations or censorship. Seizure may be permitted only by reasoned judicial order and only for offences expressly determined by the law on the press or in case of violation of the obligation to identify the persons responsible for such offences. [...]

4)

Article 2

The Republic shall recognise and protect the inviolable rights of the person, both as an individual and in the social groups where human personality is expressed. The Republic expects that the fundamental duties of political, economic and social solidarity be fulfilled.

5)

Article 3

All citizens shall have equal social dignity and shall be equal before the law, without distinction of gender, race, language, religion, political opinion, personal and social conditions. It shall be the duty of the Republic to remove those obstacles of an economic or social nature which constrain the freedom and equality of citizens, thereby impeding the full development of the human person and the effective participation of all workers in the political, economic and social organisation of the country.

Handwritten signatures and initials in black ink, located at the bottom right of the page. The signatures appear to be 'Luis', 'su', 'Jes', and 'su' with a small 'X' or mark below them.

6)

What is a "caregiver?"

someone who takes care of a person who is young, old, ill, or disabled (= having an illness, injury, or condition that makes it difficult for them to do some things that other people do). Some caregivers are informal caregivers. They are usually family members or friends. Other caregivers are paid professionals. They may give care at home or in a hospital or other health care setting. Sometimes they are caregiving from a distance.

7)

Misinformation refers to false information that is not intended to cause harm.

Disinformation refers to false information that is intended to manipulate, cause damage, or guide people, organizations, and countries in the wrong direction.

Malinformation refers to information that stems from the truth but is often exaggerated in a way that misleads and causes potential harm.

8)

Mental health is an integral and essential component of health. The WHO constitution states: "Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity."

Mental health is a state of well-being in which an individual realizes his or her own abilities, can cope with the normal stresses of life, can work productively and is able to make a contribution to his or her community. It is fundamental to our collective and individual ability as humans to think, emote, interact with each other, earn a living and enjoy life.

9)

Framing effect is a cognitive bias in which the brain makes decisions about information depending upon how the information is presented. Framing effect is often used in marketing to influence decision-makers and purchases. It takes advantage of the tendency for people to view the same information but respond to it in different ways, depending on whether a specific option is presented in a positive frame or in a negative frame.

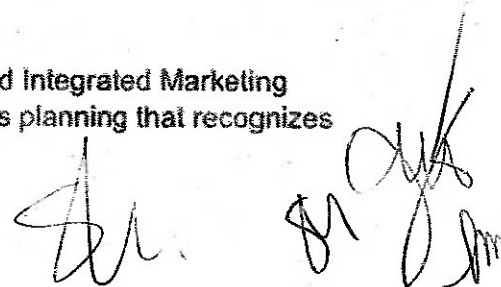
10)

Sociology is a broad field that seeks to understand and analyze human society, humans' social relationships, systems and institutions. A sociologist can study major and widespread societal issues, such as crime, drug abuse, religion, social stratification, cultural beliefs and traditions, economic systems, public health institutions, and education.

Sociologists can also study issues on a personal level, such as family conflict, deviant behavior, romantic love and personal identity. On a global level, sociologists study war, peace, population growth and immigration.

11)

In 1989, the American Advertising Agencies Association defined Integrated Marketing Communication (IMC) as: "A concept of marketing communications planning that recognizes



the added value of a comprehensive plan that evaluates the strategic roles of a variety of communication disciplines (e.g. advertising, direct response, sales promotion, and public relations) and combines these disciplines to provide clarity, consistency and maximum communication impact" (Percy, 2008).

12)

In his book *Marketing Metrics*, Paul Farris defines customer satisfaction as 'the number of customers, or percentage of total customers, whose reported experience with a firm, its products, or its services exceeds specified satisfaction goals'. In fact, this definition is endorsed by the Marketing Accountability Standards Board as the standard definition of customer satisfaction.

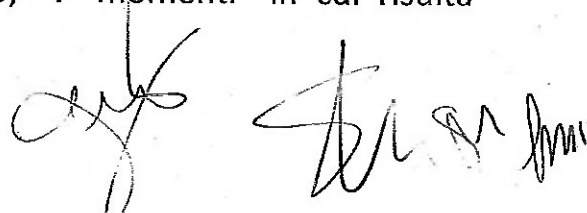
13)

Social media refers to a variety of technologies that facilitate the sharing of ideas and information among their users. From Facebook and Instagram to X platform (formerly Twitter) and YouTube, more than 4.7 billion people use social media, equal to roughly 60% of the world's population. In early 2023, 94.8% of users accessed chat and messaging apps and websites, followed closely by social platforms, with 94.6% of users.

Am on just on Am

PROVA DI CONOSCENZA DELL'INFORMATICA

- 1 – Dovendo spedire via e-mail una fotografia alla redazione di un giornale si trova di fronte al problema di un file dal “peso” eccessivo. Descriva più dettagliatamente possibile almeno 2 strategie che ritiene adeguate a risolvere il problema in modo celere.
- 2 – Descriva quali sono, a suo avviso, le differenze fondamentali (eventuali problemi e vantaggi nell'uso pratico ma anche nel “possesso”) di due tra i più utilizzati elaboratori di testi: Microsoft Word e LibreOffice Writer .
- 3 – Descriva i principali social, con le loro caratteristiche fondamentali e distintive dal punto di vista informatico, e ne immagini l'uso più appropriato all'interno di strategie e progettualità della funzione COMUNICAZIONE E STAMPA di una ASST.
- 4 – In seno alla funzione COMUNICAZIONE E STAMPA, il suo Responsabile la incarica di ordinare e rendere il più fruibile possibile l'elenco dei vari contatti esterni. Descriva quali possono essere questi contatti e proponga una modalità informatica che sia adeguata alla richiesta, immaginandone anche un utilizzo frequente da parte di tutti i colleghi.
- 5 – Incaricato di proporre una nuova versione dell'homepage del sito aziendale, descriva come la organizzerebbe del punto di vista grafico ma anche come ne aumenterebbe la fruibilità attraverso le soluzioni informatiche che ritiene più opportune.
- 6 – Immaginando un servizio COMUNICAZIONE E STAMPA composto da più colleghi, ipotizzi quali devono essere le competenze informatiche possedute da ognuno di essi in funzione del preciso incarico loro assegnato.
- 7 – Facendo riferimento alle attività ordinarie e straordinarie del servizio COMUNICAZIONE E STAMPA di una ASST, immagini quali possono essere i files fondamentali creati e gestiti attraverso le seguenti applicazioni desktop di Office: Word, PowerPoint, Excel, Publisher e Access.
- 8 – Conoscendo in modo approfondito le tecnologie informatiche fondamentali per tutte le attività di competenza del servizio COMUNICAZIONE E STAMPA di una ASST, descriva quali possono essere invece, a suo avviso, i “momenti” in cui risulta opportuno e più produttivo non usufruirne.

The image shows two handwritten signatures in black ink. The signature on the left is a stylized, cursive name. The signature on the right is also cursive and appears to be a different name, possibly including a surname.

9 – Citi almeno 8 estensioni diverse dei file informatici, citandone la relativa applicazione di riferimento ed ipotizzando, per ognuno di essi, un uso all'interno delle attività svolte dal servizio COMUNICAZIONE E STAMPA di una ASST.

10 – Spieghi cos'è un link internet e descriva in quali situazioni può essere utilizzato frequentemente all'interno delle attività proprie del servizio COMUNICAZIONE E STAMPA di una ASST.

11 – Il responsabile del servizio COMUNICAZIONE E STAMPA dell'ASST la incarica di proporre una nuova dotazione di apparati informatici per tutte le attività e gli operatori dell'ufficio. Ne descriva la tipologia, le caratteristiche principali e l'uso ipotizzato motivandone la scelta.

12 – Il servizio COMUNICAZIONE E STAMPA dell'ASST sviluppa le proprie attività anche attraverso la condivisione di files, elenchi, tools ed altro fra tutti gli attori dei vari processi. Come avviene dal punto di vista informatico questa condivisione?

13 – In seno al servizio COMUNICAZIONE E STAMPA dell'ASST, come possono gli smartphone degli operatori essere funzionali all'attività risultando vero e proprio valore aggiunto? Descriva con quali APP e formuli alcuni esempi del relativo utilizzo.

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is stylized and appears to be a personal name, possibly starting with 'A' and ending with 'm'.