INDICE

1. INTRODUZIONE E CONTESTO 3
1.1. I nodi della comunicazione pubblica negli Enti Pubblici di Ricerca 3
1.2. Mission e linee di ricerca dell'IRCrES 4
2. LA VISION E GLI OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE 4
3. I DESTINATARI DELLA COMUNICAZIONE 5
3.1. Le principali categorie di stakeholder 5
3.2. Individuazione dei destinatari 5
3.3. Identità visiva 7
4. LA COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA 8
4.1. La comunicazione interna 8
4.2. La comunicazione esterna 9
5. I CANALI DI COMUNICAZIONE 10
5.1. La scelta dei canali di comunicazione 10
5.2. Nuovi canali di comunicazione da implementare 11
5.3. Strategie di utilizzo dei diversi canali di comunicazione, in base ai destinatari e agli obiettivi di comunicazione 12
6. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELL'IMPATTO 13
6.1. Definizione dei criteri per il monitoraggio e la valutazione dei risultati delle attività di comunicazione 13
6.2. Strumenti per il monitoraggio della comunicazione 14
6.3. Definizione delle metriche di monitoraggio e valutazione per le attività di comunicazione 14
7. COORDINAMENTO, PLANNING E BILANCIO DELLE ATTIVITÀ 15
7.1. Il coordinamento delle attività 15
7.2. Il planning delle attività di comunicazione 17
7.3. Il bilancio del Piano di Comunicazione 17
8. RIFERIMENTI 18