

Traccia 1

1)

Spiega come l'architettura di WordPress (core, temi e plugin) permette di creare siti complessi senza programmare tutto da zero.

Puoi analizzare il ruolo delle API, del sistema a plugin e del framework PHP sottostante.

2)

Qual è la differenza tra linguaggi lato client e lato server?

3)

Spiega in che modo Elementor ha cambiato l'approccio alla creazione di siti WordPress rispetto ai metodi tradizionali.

4)

Si utilizzi la seguente notizia come base per lo svolgimento della prova:

Al Museo Civico Giovanni Fattori di Livorno una mostra dedicata alle ricerche diagnostiche promosse e realizzate dal Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere e dal CNR-INO

30 Ott 2025

Si è aperta giovedì 30 ottobre alle ore 18.00 la mostra "Segni segreti. La pittura di Fattori agli infrarossi" ai Granai di Villa Mimbelli a Livorno, dedicata ai risultati delle recenti indagini diagnostiche condotte su circa venti dipinti di Giovanni Fattori, visitabile fino all'11 gennaio 2026.

L'esposizione, che fa parte delle iniziative legate alla grande mostra "Giovanni Fattori. Una rivoluzione in pittura" organizzata in occasione del bicentenario della nascita dell'artista, rivela aspetti nascosti e inediti emersi dalle ricerche promosse e realizzate dall'Università di Pisa, Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere, e dal CNR-INO – Istituto Nazionale di Ottica, e condotte sotto il coordinamento del professor Mattia Patti dell'Università di Pisa e del dottor Marco Raffaelli del CNR. Ad affiancarli negli studi un'equipe formata dai ricercatori Alice Dal Fovo, Daniela Porcu, Enrico Pampaloni, Marco Raffaelli e Raffaella Fontana. Alla campagna di ricerche hanno partecipato attivamente anche numerosi studenti del Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere dell'Università di Pisa.

La diagnostica ha portato alla luce il cosiddetto underdrawing, il disegno preparatorio, usualmente a matita, che l'artista ha tracciato prima di iniziare a dipingere. Attraverso lo studio di queste tracce sono emerse numerose correzioni compositive avvenute in corso d'opera e un interessantissimo caso di reimpiego del supporto.

Nei Granai di Villa Mimbelli saranno esposti accanto ai risultati della campagna di riflettografia ad infrarosso anche quattro opere di Giovanni Fattori che sono state oggetto della ricerca: In Banditella.

Livorno (In Tombolo), Bosco presso il Limone (Bosco. Paesaggio), Nel porto, Scogliera presso Castiglioncello (Scogliera presso Livorno).

Le ricerche e l'allestimento della sezione sono stati realizzati anche grazie al contributo di Termisol Termica Srl e del Rotary Club Livorno, quali mecenati nell'ambito dell'iniziativa Art bonus per il Museo Civico "Giovanni Fattori" per l'organizzazione della mostra dedicata al bicentenario fattoriano.

Si chiede di elaborare una **proposta sintetica di campagna di comunicazione** per la diffusione della notizia sopra riportata.

Il candidato dovrà:

1. **Descrivere in breve le azioni di comunicazione** che metterebbe in campo per la promozione della notizia, indicando:
 - a. i canali da utilizzare (sito web, Instagram, Facebook, LinkedIn);
 - b. la funzione e il pubblico di riferimento di ciascun canale;
 - c. il tono e lo stile comunicativo da adottare;
 - d. eventuali strumenti o contenuti aggiuntivi (video brevi, grafiche, rubriche, interviste, campagne teaser, ecc.).
2. **Redigere esempi di testi**, nello specifico:
 - a. un testo per la **pubblicazione sul sito web** (massimo 800 battute);
 - b. fino a **tre testi per i canali social**, a scelta tra **Instagram, Facebook e LinkedIn**.
3. *(Facoltativo)* Proporre un **titolo sintetico o frase di apertura** per la campagna.

Traccia 2

1)

Spiega il ruolo di JavaScript nello sviluppo web moderno e come si integra con HTML e CSS.

2)

Analizza i principali problemi di prestazioni che possono verificarsi in WordPress e discuti strategie concrete per migliorare la velocità di caricamento. Cita cache, ottimizzazione immagini, hosting, database, ecc.

3)

Come si può usare il CSS per migliorare l'accessibilità di un sito web (contrasti di colore, focus visibili, leggibilità dei testi, ecc.)?

4)

Si chiede di elaborare un **piano di comunicazione** per l'**inaugurazione dell'anno accademico del Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere dell'Università di Pisa**.

L'obiettivo è proporre una strategia comunicativa efficace e coerente con l'identità del Dipartimento, capace di valorizzare l'evento come momento di incontro e di apertura verso la comunità studentesca, il personale e il territorio.

Attività richieste

1. **Definire la struttura e i contenuti della pagina web** dedicata all'inaugurazione dell'anno accademico, indicando:
 - a. la gerarchia delle informazioni (titolo, sottotitolo, sezioni, box di approfondimento, elementi grafici o multimediali);
 - b. lo stile comunicativo e il tono da adottare;
 - c. eventuali materiali di supporto (foto, video, citazioni, link a eventi precedenti, collegamenti a news o social).
2. **Descrivere un piano di comunicazione per i canali social**, specificando:
 - a. quali piattaforme utilizzare tra **Instagram, Facebook, LinkedIn** e con quali obiettivi specifici;
 - b. le fasi della comunicazione (**pre-evento, giorno dell'evento, post-evento**);
 - c. i formati da utilizzare (post statici, caroselli, reel, stories, dirette, ecc.);

- d. le scelte estetiche e di layout (palette, font, elementi grafici, coerenza visiva con l'immagine istituzionale del Dipartimento e dell'Ateneo).

3. **Produrre esempi di contenuti:**

- a. un testo (max 800 battute) per la **pagina web**;
- b. fino a **tre testi per i canali social**, calibrati per piattaforma e accompagnati, se utile, da una descrizione sintetica dell'immagine o del formato proposto.

(Facoltativo) Indicare un **hashtag o un concetto visivo** che possa accompagnare la campagna

Traccia 3

1)

Confronta l'approccio di WordPress come CMS "universale" con altri CMS più specializzati (ad esempio Joomla o Drupal), evidenziando vantaggi e limiti di flessibilità, usabilità e scalabilità.

2)

Discuti vantaggi e svantaggi dell'uso di page builder come Elementor in termini di performance, SEO e manutenibilità del codice.

3)

Cos'è e a cosa serve un database in un sito web dinamico?

4)

Si chiede di elaborare una **proposta di comunicazione integrata per il web e per i canali social** relativa alla mostra fotografica "*Le Nobel per la Pace – L'intelligenza femminile costruisce la pace*", ospitata dall'Università di Pisa.

L'obiettivo è ideare come un Social Media Manager dell'Ateneo o del Dipartimento potrebbe presentare e valorizzare l'iniziativa attraverso una **pagina web dedicata** e una **campagna social coordinata**, curando sia gli aspetti redazionali sia quelli visivi e strutturali.

Contesto

Dal **21 al 28 novembre**, il loggiato del **Palazzo della Sapienza** ospita la mostra fotografica "*Le Nobel per la Pace – L'intelligenza femminile costruisce la pace*", realizzata dall'associazione **Toponomastica Femminile**.

L'esposizione sarà inaugurata il **21 novembre alle ore 17:30** con la tavola rotonda "*Donne, femminismi e pace*" e con un reading a cura del progetto *Tutta mia la città Erasmus+* e della compagnia *Teatro Didattico UNIFI*.

"Fuori la guerra dalla Storia" è lo slogan, ancora oggi attuale, che riprende le parole di **Bertha Von Suttner**, prima donna insignita del Nobel per la Pace. Come lei, altre 19 donne hanno ricevuto il prestigioso riconoscimento per aver proposto un modo di vivere e di pensare fondato sulla pace, sull'uguaglianza e sulla cura del pianeta.

La mostra fotografico-documentaria illustra il loro agire controcorrente, l'intelligenza femminile opposta alla teoria della guerra prodotta dal pensiero maschile.

È visitabile ogni giorno dalle **9 alle 19** e rientra nel **Festival "L'eredità delle donne"**.

Per tutta la durata della mostra sarà inoltre disponibile, presso la **Biblioteca di Giurisprudenza**, una selezione di testi tematici a cura dello **SBA**.

L'associazione *Toponomastica Femminile*, attiva dal 2012, promuove la visibilità delle donne che hanno contribuito alla costruzione della società, collaborando con università, scuole, associazioni e istituzioni.

Attività richieste

Il candidato dovrà:

1. **Progettare la pagina web dedicata all'evento**, descrivendone la **struttura** e i **contenuti principali**, e spiegando:
 - a. come verrebbe organizzata la pagina (titolo, sottotitolo, sezioni, eventuali box di approfondimento, call to action, galleria fotografica, video o link esterni);
 - b. quale tono comunicativo e quale stile visivo verrebbero utilizzati (es. istituzionale, divulgativo, inclusivo, narrativo);
 - c. quali elementi grafici, immagini o materiali multimediali potrebbero accompagnare il testo (layout, colori, equilibrio tra testo e immagine, eventuale testata visiva o banner).

Successivamente, **redigere il testo per la pagina web** (massimo 800 battute), adatto a un pubblico ampio di studenti, docenti, cittadinanza e stampa locale, capace di sintetizzare il senso dell'iniziativa e invogliare alla visita.

2. **Progettare la comunicazione social** con una breve descrizione del piano editoriale dedicato alla mostra, indicando:
 - a. i canali prescelti (Instagram, Facebook, LinkedIn, altri eventuali);
 - b. i formati da utilizzare (post statici, caroselli, stories, reel, dirette, copertine evento, ecc.);
 - c. le scelte estetiche e di layout (palette, font, coerenza visiva con l'identità dell'Ateneo);
 - d. la frequenza e la tempistica di pubblicazione (pre-evento, inaugurazione, post-evento).

Infine, **scrivere un testo per i social media** a scelta tra **Instagram, Facebook o LinkedIn**, adeguato al tono e al linguaggio del canale scelto, con l'indicazione del formato visivo che lo accompagnerebbe (es. foto, carosello, video breve, grafica informativa).

3. (*Facoltativo*) Proporre una **frase di apertura, titolo o hashtag** che possa sintetizzare e accompagnare la comunicazione della mostra.