

## INFORMAZIONI PERSONALI

**Maria Caterina MURA** 070 606 6354 [macmura@regione.sardegna.it](mailto:macmura@regione.sardegna.it)ESPERIENZA  
PROFESSIONALE

Aprile 2018 ad oggi

**Funzionario amministrativo**

Regione Sardegna - Assessorato dell'Agricoltura e R.A.P.

Servizio supporti finanziari e gestionali - Settore Governance dello Sviluppo Rurale

- Referente coordinatore delle attività di comunicazione e informazione relative al Piano di Comunicazione del PSR 2014-2022 e CSR 2023-2027 e supervisore dei contenuti e delle pubblicazioni prodotte nell'ambito del contratto per l'attuazione dei servizi analoghi a quelli del contratto d'appalto per il Servizio relativo al Piano Pluriennale di Comunicazione, Strategia di Informazione e Pubblicità del Programma di Sviluppo Rurale della Sardegna 2014-2020 da novembre 2024 ad oggi;
- DEC del contratto "Servizi di valutazione al programma di sviluppo rurale della Regione Sardegna 2014/2020" dal 2019 ad oggi;
- DEC contratto "Servizi di attuazione del Piano pluriennale di comunicazione - Strategia di informazione e pubblicità del Programma di Sviluppo Rurale della Sardegna 2014-2020" – da gennaio 2021 ad aprile 2024;
- Verificatore di conformità per il contratto di "Assistenza tecnica al Programma di Sviluppo rurale 2014-2020" da ottobre 2018 a settembre 2021;
- Referente per la Rilevazione censuaria delle istituzioni pubbliche;
- Partecipazione ai lavori del 7° CENSIMENTO GENERALE DELL'AGRICOLTURA, collaborazione con l'Ufficio di Statistica della RAS all'indagine sulle proprietà collettive.

**Attività o settore** Pubblica amministrazione.

Dicembre 2016 - gennaio 2017

**Collaboratore esterno**

Ebookecm.it - Corsi ECM FAD tramite ebook

- Elaborazione dati e stesura report per un'indagine sulla soddisfazione ed il comportamento d'acquisto degli iscritti al sito [www.ebookecm.it](http://www.ebookecm.it).

**Attività o settore** Ricerca di marketing

16/12/2013 - 15/12/2014

**Collaboratore coordinato e continuativo in qualità di Esperto in comunicazione e promozione del turismo**

Agenzia regionale Sardegna Promozione - viale Trieste 115, 09123 - Cagliari

- Supporto all'azione di promozione e valorizzazione dell'offerta turistica e culturale e delle eccellenze dell'agroalimentare e dell'artigianato nei Sardegna Store;
- Supporto all'azione di definizione delle strategie comunicazionali atte a promuovere i Sardegna Store e le attività e gli eventi organizzati all'interno delle tre sedi di Roma, Milano e Berlino e ridefinizione del posizionamento e del ruolo del punto espositivo di Milano in vista di Expo 2015;

- Supporto all'azione di monitoraggio delle attività promozionali dei Sardegna Store attraverso l'analisi dei dati dei questionari somministrati ai visitatori nei punti espositivi.

**Attività o settore** Comunicazione, promozione territoriale e internazionalizzazione PMI.

01/07/2010 - 30/06/2013

### Collaboratore coordinato e continuativo in qualità di **Esperto in comunicazione**

Agenzia regionale Sardegna Promozione – viale Trieste 115, 09123 - Cagliari

- Promozione dell'immagine coordinata della Sardegna, del turismo, della cultura, delle eccellenze dell'agro-alimentare e dell'artigianato presso i Sardegna Store (sedi Milano, Roma, Berlino).
- Promozione dei Sardegna Store, e degli eventi organizzati all'interno delle tre sedi, atti a diffondere ulteriormente la conoscenza delle eccellenze e della cultura dell'Isola e dell'immagine della Sardegna. Valutazione e monitoraggio dell'impatto e dell'efficacia di tali azioni, della conoscenza del marchio SARDEGNA e dell'immagine dell'Isola attraverso la somministrazione di questionari strutturati ai visitatori delle tre sedi.
- Promozione della destagionalizzazione e delocalizzazione dei flussi turistici attraverso squadre sportive professionistiche: definizione delle strategie promozionali più efficaci, supporto al corretto uso del marchio SARDEGNA e costante monitoraggio sull'impiego appropriato nei diversi canali comunicativi.
- Promozione della Regione e del marchio SARDEGNA attraverso eventi culturali e sportivi di portata internazionale: valutazione dell'attività di promozione dell'immagine dell'Isola e dell'impiego appropriato del *brand* SARDEGNA, della diffusione del marchio attraverso l'analisi della rassegna stampa degli eventi, del materiale promozionale e della partecipazione di pubblico.
- Promozione del Turismo Attivo in Sardegna come veicolo di destagionalizzazione, delocalizzazione e diversificazione dell'offerta turistica Sarda attraverso l'organizzazione della Borsa Internazionale del Turismo Attivo in Sardegna (BITAS) e delle attività collaterali e propedeutiche quali la partecipazione alla Borsa del Turismo Sportivo (BTS) di Montecatini, l'organizzazione della Sardinia Raid Adventure, promozione dell'evento Sardinia is Life:
  - **BITAS - Borsa Internazionale del Turismo Attivo in Sardegna** (edizioni 2011, 2012, 2013): organizzazione delle diverse fasi dell'evento, scelta dell'Immagine coordinata e ideazione della brochure promozionale (redazione dei testi, scelta delle immagini emblematiche e rappresentative del Territorio sardo, delle peculiarità dell'artigianato, dell'agro-alimentare e del turismo attivo); definizione delle strategie promozionali dell'evento e scelta degli spot e dei media più efficaci, aggiornamento dei contenuti del sito internet; valutazione dei punti di forza e debolezza della Borsa nella promozione e sviluppo del Turismo Attivo in Sardegna attraverso questionari strutturati somministrati ai buyer e seller partecipanti al workshop;
  - **Borsa del Turismo Sportivo - BTS** di Montecatini (edizioni 2010, 2011): partecipazione con uno stand istituzionale della Regione Sardegna, ideazione creativa dello stand, scelta delle immagini emblematiche del Turismo Attivo e delle eccellenze dell'agroalimentare e dell'artigianato rappresentative della varietà dell'offerta turistica e culturale della Regione; selezione del materiale promozionale degli operatori del turismo da esporre all'interno dello stand durante il workshop.
  - **Sardinia Raid Adventure**: organizzazione della manifestazione, valutazione e scelta del materiale fotografico promozionale del turismo sportivo e delle bellezze paesaggistiche e delle peculiarità della Sardegna;
  - **Sardinia is Life** (evento promozionale del Turismo Attivo): contatti con gli organizzatori dell'evento, supporto all'uso corretto del marchio SARDEGNA nell'ambito della manifestazione quale ulteriore veicolo di promozione della Regione e dell'immagine dell'Isola, valutazione e scelta delle foto e dei video della manifestazione da utilizzare per successive azioni promozionali.

**Attività o settore** Comunicazione, promozione territoriale e internazionalizzazione PMI.

Anni Accademici  
2004/05; 2005/06; 2006/07;  
2007/08

**Docente a contratto per il corso Sociolinguistica Sarda. Teoria e metodi statistici del Master Approcci interdisciplinari nella didattica del Sardo**

Università degli Studi di Cagliari – Facoltà di Scienze della Formazione

- 30 ore di didattica frontale per ciascun Anno Accademico, articolate in lezioni teoriche e pratiche aventi lo scopo di far acquisire strumenti statistici e metodologici utili a valutare criticamente una ricerca ed a progettare e sviluppare un'indagine in campo sociolinguistico nella realtà socio-culturale Sarda.

**Attività o settore** Università, formazione e ricerca

Anno Accademico 2002/2003

**Docente a contratto sostitutivo per il corso Laboratorio ed esercitazioni di raccolta e analisi dei dati**

Università degli Studi di Cagliari - Facoltà di Scienze della Formazione, corso di laurea in Scienze e Tecniche Psicologiche applicate all'Apprendimento, alla Comunicazione ed alla Salute Psicosociale

- 90 ore di didattica frontale articolate in lezioni teoriche e pratiche aventi lo scopo di far acquisire allo studente strumenti utili a sviluppare una domanda di ricerca, dalla scelta del quesito, all'analisi ed interpretazione dei risultati ed alla loro restituzione; partecipazione alle commissioni d'esame; partecipazione alle commissioni di laurea.

**Attività o settore** Università, formazione e ricerca

Anno Accademico 2001/2002

**Docente a contratto integrativo per il corso di Metodologia della Ricerca Psicosociale**

Università degli Studi di Cagliari - Corso di Laurea in Psicologia - Facoltà di Scienze della Formazione

- 60 ore di didattica frontale sulle tecniche statistiche utilizzate nelle ricerche psicosociali, corsi monografici sulla progettazione di indagini motivazionali e quantitative, costruzione degli strumenti di misura (interviste e questionari), raccolta e l'analisi dei dati; partecipazione alle commissioni d'esame.

**Attività o settore** Università, formazione e ricerca

15 marzo 2002 – 15 marzo 2003

**Stage sulla formazione continua col progetto Europeo “Leonardo da Vinci”**

IREO de Brioux, 47 Avenue de Poitiers, F-79170 Brioux/Boutonne- Poitou Charantes - Francia

- Partecipazione alle sessioni di formazione dei formatori, alla programmazione dei piani di formazione e alle sedute di Analisi dei Bilanci di Competenze; conoscenza dei dispositivi di formazione francesi: Validazione delle Esperienze Acquisite (VAE), finanziamenti, dispositivi legislativi

**Attività o settore** Formazione e orientamento

15 marzo 2002 – 15 marzo 2003

**Tirocinio post-laurea**

Dipartimento di Psicologia, Università degli Studi di Cagliari

- Ricerca di marketing sul Pane Carasau (venduto nelle città di Roma e Milano) report per la committenza con indicazioni sulla pianificazione strategica e le successive azioni di marketing; studio della *Brand Image* di prodotti alimentari ed oggetti di uso quotidiano; studi sull'efficacia di particolari azioni promozionali e pubblicitarie; ricerche sul comportamento del consumatore attraverso l'utilizzo complementare di indagini motivazionali e quantitative; validazione di modelli teorici; redazione di articoli scientifici; organizzazione di convegni e seminari.

**Attività o settore** Formazione e ricerca

## ISTRUZIONE E FORMAZIONE

Parte teorica e d'aula:  
ottobre-dicembre 2006  
320 ore (2 mesi)  
Stage:  
settembre 2007 - gennaio 2008  
680 ore ( 4 mesi)

**Master in Marketing e Comunicazione d'Impresa**

Centro Studi Comunicare l'Impresa - [www.comunicareimpresa.com](http://www.comunicareimpresa.com)

- **Area del Marketing:** fasi del Piano di Marketing, sistema informativo di marketing: analisi e ricerche di mercato qualitative e quantitative, analisi SWOT, product placement, marketing territoriale;
- **Area Comunicazione:** comunicazione efficace, agenzie di pubblicità, centrali media, concessionarie di pubblicità, comunicazione economico-finanziaria;
- **Marketing Digitale** e dei **new media**;
- Nozioni di **management aziendale**;
- **Project work:** campagna comunicazionale Nissan realizzata sotto la supervisione di Cinecittà Formazione;
- **Stage** presso Music Box (canale Sky) - Giglio Group SpA - Roma (settembre 2007 - gennaio 2008).
- Principali attività:
  - **Pianificazione e Programmazione TV:** programmazione cross promotion, gestione e analisi statistiche dell'attività di messaggistica e di voto dei telespettatori; redazione e organizzazione del talk show di Oliviero Toscani (direttore artistico del canale);
  - **Comunicazione e marketing:** Ufficio Stampa del canale Music Box e del videolettore "Music Box" e campagne Advertising ATL/BTL.

A.A. 1993/94 - 2000/01

**Laurea in Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni**  
(voto 110/110 e lode)

Università degli studi di Cagliari, Facoltà di Scienze della Formazione

- Psicologia sociale, psicologia degli atteggiamenti, metodologia della ricerca psico-sociale, statistica psicometrica, tecniche delle interviste e dei questionari psicologia del lavoro e delle organizzazioni, psicofisiologia.

1987-1992

**Diploma di maturità scientifica (voto 60/60)**

Liceo scientifico statale A. Businco - Jerzu (OG)

- Matematica, fisica, biologia, chimica, geografia astronomica, latino, italiano, storia, filosofia, storia dell'arte, disegno artistico, lingua straniera (francese).

## COMPETENZE PERSONALI

Lingua madre Italiano

Altre lingue

	COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
Francese	C1	C1	C1	C1	B2
Inglese	B2	B2	B2	B2	B2

Livelli: A1/A2: Utente base - B1/B2: Utente intermedio - C1/C2: Utente avanzato  
[Quadro Comune Europeo di Riferimento delle Lingue](#)

## Competenza digitale

AUTOVALUTAZIONE				
Elaborazione delle informazioni	Comunicazione	Creazione di Contenuti	Sicurezza	Risoluzione di problemi
Utente avanzato	Utente intermedio	Utente intermedio	Utente avanzato	Utente intermedio

Livelli: Utente base - Utente intermedio - Utente avanzato [Competenze digitali - Scheda per l'autovalutazione](#)

- Ottima padronanza del pacchetto Office: Word, Excell e Power Point.
- Buona padronanza dei software di analisi dei dati Statistica ed SPSS.
- Conoscenza del software di archiviazione dati Filemaker Pro.
- Buona conoscenza del sistema operativo Windows e conoscenza di Macintosh.
- Ottima conoscenza dei programmi di accesso ad internet e di posta elettronica, Google Chrome, Zimbra, Thunderbird.

## ULTERIORI INFORMAZIONI

## Pubblicazioni

1. Mura M.C., Conte S., Pes M. "Approccio metodologico per una ricerca di marketing su un prodotto sardo tipico: Il Pane Carasau"; Annali della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Cagliari, Nuova Serie Vol. XXV-2002-Parte II; pp. 83-109 (2002).
2. Pes M., Mura C., Conte S. "Personalità di Marca e di Prodotto" Come si sposano Psicologia e Marketing. Il caso "Pasta di Sardegna"; Annali della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Cagliari, Nuova Serie Vol. XXV-2002-Parte II; pp.111-139 (2002).
3. Conte S., Mura M.C., Pes M. "Personalità di Marca e Big Five"; Atti del Congresso di Psicologia Sperimentale dell'AIP, Area tematica: Strumenti di misura e modelli di analisi dei dati; pp. 369-371; Rimini-Bellaria 16-18 Settembre 2002.
4. Mura M.C., Pes M., Conte S., Floris S., "Personalità dell'Euro e Big Five"; Atti del Congresso Nazionale della Sezione di Psicologia Sperimentale dell'AIP, Area tematica: Strumenti di misura e modelli di analisi dei dati; Sciacca (AG) 18-20 Settembre 2002.
5. Meloni C., Mura M.C., Pes M., Bertucci A., Mangia E., Uras M.G. "Atteggiamento verso l'uso del computer nella scuola. Uno studio Pilota"; Atti del Congresso Nazionale della Sezione di Psicologia Sperimentale dell'AIP, Area tematica: Strumenti di misura e modelli di analisi dei dati; Sciacca (AG) 18-20 Settembre 2004.
6. Pes M., Mura M.C., Conte S., Cocco C., "Differenze di genere ed età negli effetti dell'introduzione dell'Euro"; Atti del Congresso Nazionale della Sezione di Psicologia Sperimentale dell'AIP, Area tematica: Motivazioni, Emozioni, Personalità; Sciacca (AG) 18-20 Settembre 2004.
7. Bertucci A., Casula M., Mameli A., Meloni C., Mura M.C., Pes M. "Formazione degli insegnanti e atteggiamento verso l'uso del computer nella scuola elementare"; Annali della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Cagliari, Nuova serie Vol. XXVII-parte II; pp.105-118 (2004).
8. Cois M., Conte S., Meloni C., Mura M.C., Pes M. "Atteggiamenti e personalità di fronte al computer. Una ricerca tra gli insegnanti delle scuole elementari"; Annali della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Cagliari, Nuova serie Vol. XXVII-parte II; pp.25-51 (2004).
9. Pes M., Cois M., Meloni C., Mura M.C., "Personalità degli insegnanti e atteggiamento verso l'uso del computer nella scuola elementare"; Atti del Congresso Nazionale, Sezione di Psicologia Sperimentale dell'AIP, Area tematica: Motivazioni, Emozioni, Personalità; Cagliari 18-20 settembre 2005.

- Corsi** Corso di Formazione per Operatori dello Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione (SPRINT).  
Ottobre - dicembre 2010.  
Organizzato da ICE – Istituto per il Commercio Estero.  
I Servizi ICE, SACE e SIMEST a sostegno delle imprese esportatrici; conoscenze di base sull'internazionalizzazione, l'Italia nell'economia internazionale; contrattualistica, fiscalità, pagamenti internazionali e tecniche del commercio internazionale; trasporti, dogane, logistica; il marketing internazionale; attrazione degli investimenti; conoscenze tecniche sui servizi per l'internazionalizzazione; Country Presentation: Russia, Paesi confuciani dell'estremo oriente e del sud-est asiatico, Maghreb, Nord America, Sud America.

Autorizzo il trattamento dei dati personali presenti nel CV ai sensi del D. Lgs. 2018/101 e del GDPR (Regolamento UE 2016/679)

Cagliari, 19/09/2025

Maria Caterina MURA