

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

AVVISO

di selezione per il conferimento di n. 1 incarichi di natura occasionale/professionale

Il Direttore

VISTA la legge 9 maggio 1989, n. 168, istitutiva del Ministero dell’Università e della Ricerca Scientifica e Tecnologica ed in particolare l’art. 6 co. 1, che ha attribuito alle Università autonomia organizzativa e contabile;

VISTO il decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165 ed in particolare l’art. 7, co. 6, così come modificato dall’art. 32 del D.L. 4/07/2006 n. 223, convertito nella Legge 4/08/2006 n. 248;

VISTA la legge 24 dicembre 2007, n. 244 (Legge finanziaria 2008);

CONSIDERATO che il Dipartimento di Ingegneria dell’Impresa “Mario Lucertini” intende affidare, mediante procedura di valutazione per titoli n. 1 incarico di natura occasionale a laureato per le esigenze del Master in Ingegneria dell’Impresa per l’A.A. 2021/2022

L’attività oggetto della prestazione è finalizzata alla docenza per il corso online di “Marketing (avanzato)”;

ACCERTATO che le predette esigenze non possono essere soddisfatte con personale in servizio presso l’Ateneo

DECRETA

Art. 1 – È indetta la selezione per il conferimento di n. 1 incarico di natura occasionale/professionale da svolgersi nell’interesse del Dipartimento di Ingegneria dell’Impresa “Mario Lucertini” dell’Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”.

Art. 2 – Attività da svolgere: docenza per il corso online di “Marketing (avanzato)”. Al fine di consentire una corretta integrazione del corso nel quadro complessivo delle attività del Master, il candidato rispetterà il programma di docenza riportato in allegato al presente bando (ALLEGATO 1). Nell’espletamento del proprio incarico il docente avrà cura di rispettare la proprietà intellettuale altrui, citando correttamente tutte le fonti da cui trarrà le informazioni e le notizie divulgate durante il corso. Inoltre, il docente acconsentirà a cedere a titolo totalmente gratuito tutto il materiale originale da esso docente sviluppato e/o utilizzato nel corso della propria attività di cui al presente bando. In caso di un numero di iscritti al corso non superiore a 3 (tre) il Master in Ingegneria dell’Impresa si riserva la facoltà di non attivare il corso.

Art. 3 – Periodo di svolgimento dell’attività: l’attività dovrà svolgersi nel periodo 30/11/2022-14/12/2022.

Art. 4 – Compenso lordo:750,00€ Il costo totale graverà sui fondi del Master in Ingegneria dell’Impresa.

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Art. 5 – Modalità di assegnazione dell’incarico: La selezione avverrà mediante valutazione comparativa dei *curricula* anche in relazione al programma di insegnamento da parte di una Commissione di cui al seguente art. 9 e sarà finalizzata ad individuare il candidato con le competenze più attinenti all’attività da svolgere. La Commissione formulerà una graduatoria dei candidati. Saranno considerati idonei solo i candidati che avranno ottenuto un punteggio pari ad almeno 18/30 (si veda l’art. 6) e l’incarico verrà assegnato al candidato che avrà ottenuto il punteggio più alto. A parità di punteggio verrà data precedenza al candidato più giovane.

Art. 6 – Requisiti: Laurea Specialistica/magistrale o laurea quadriennale o quinquennale del vecchio ordinamento.

Esperienza didattica e/o competenze professionali nella materia oggetto del presente bando.

La valutazione dei *curricula* avverrà sulla base dei seguenti criteri, tenendo conto del programma oggetto del modulo didattico (allegato 1 al presente bando):

• Esperienza didattica maturata sulle tematiche oggetto del modulo didattico	fino a 10/30
• Esperienza professionale maturata sulle tematiche oggetto del modulo didattico	fino a 10/30
• Altri titoli inerenti le tematiche oggetto del modulo didattico - Dottorato - Master - Altri corsi di formazione	fino a 10/30
Punteggio complessivo	fino a 30/30

Art. 7 – Presentazione della domanda ed allegati: I candidati in possesso dei requisiti sopra elencati dovranno far pervenire domanda, redatta secondo il modello allegato al bando (ALLEGATO 2), in formato elettronico entro la data di scadenza, al seguente indirizzo mail infomaster@masterimpresa.it allegando alla stessa un curriculum che indichi i requisiti ed i titoli ai fini della valutazione comparativa.

Art. 8 – Scadenza per la presentazione della domanda: la domanda va presentata improrogabilmente entro 15 (quindici) giorni dalla pubblicazione del bando.

Art. 9 – Commissione di valutazione: Alla selezione presiederà una commissione nominata dal Direttore del Dipartimento.

Art. 10 – Esito della selezione: I candidati verranno avvisati mediante pubblicazione dell’esito della selezione sul sito del Dipartimento di Ingegneria dell’Impresa.

Roma,

**Il Direttore
Prof. Vincenzo Tagliaferri**

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

ALLEGATO 1: programma del corso a bando ai fini della selezione

ALLEGATO 2: modello per la domanda di partecipazione alla selezione

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

ALLEGATO 1: PROGRAMMA DEL CORSO “MARKETING (AVANZATO)” - Master in Ingegneria dell’Impresa- A.A. 2021-2022

Introduzione

L’obiettivo ultimo di ogni attività imprenditoriale è la soddisfazione delle aspettative dei diversi soggetti economici coinvolti in una transazione di mercato. Alla base del concetto di Marketing, infatti, c’è il concetto di scambio. Il “valore” di un prodotto/servizio scaturisce quindi dal confronto fra i benefici ottenuti e i sacrifici sostenuti e rappresenta il vero fattore di scelta del cliente fra più alternative di offerta. Ma è anche la più adeguata chiave di lettura per formulare le strategie delle moderne aziende orientate al cliente. Il Marketing si è evoluto, sia a livello internazionale, sia in Italia. L’approccio più moderno è quello cosiddetto “olistico”, caratterizzato dalla progettazione e realizzazione di programmi, processi e attività in un’ottica di interdipendenze dentro e fuori l’azienda.

Obiettivi

Considerata la natura della materia, il suo essere pervasiva e dunque multidisciplinare, il corso non prevede requisiti specifici se non che l’Allievo abbia seguito con profitto il corso di “Marketing (base)” e l’interesse allo studio ed all’applicazione dei principi del Marketing a realtà grandi o piccole. Il corso si prefigge i seguenti obiettivi:

- spiegare le 4P del marketing mix e le loro evoluzioni;
- con riferimento alla Comunicazione – quarta P del marketing mix – illustrare come si realizza una campagna pubblicitaria e raccontare una case history concreta e recente.

Materiale didattico

Con riferimento agli obiettivi e alle modalità didattiche adottate, si ritiene che non siano necessari dei libri di testo se non per esigenze o interessi specifici. Il materiale elaborato sarà reso disponibile lezione per lezione in formato elettronico. I testi maggiormente utilizzati per la preparazione del materiale stesso sono:

- Kotler, Keller, Ancarani, Costabile, Marketing Management XIV edizione, Pearson Italia, 2012.
- Jeffrey L.Seglin, La guida al Marketing, McGraw Hill.

Modalità di svolgimento e di valutazione

La valutazione complessiva verte su due fattori: la partecipazione dimostrata attraverso gli interventi nella piattaforma durante il corso e il livello di comprensione degli argomenti del corso, che sarà valutato a fine programma tramite questionario composto da domande sia a risposta chiusa che a risposta aperta.

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Programma

- I lezione
 - LO16: la stima dei costi, metodi di determinazione del prezzo: metodo del ricarico fisso, metodo del profitto obiettivo, il break even point
 - LO17: metodi di determinazione del prezzo: metodo del valore percepito, metodo del valore-convenienza, metodo dei prezzi correnti, metodo delle aste, metodo dei costi differenziali
 - LO18: la scelta del prezzo finale, la modifica del prezzo, strategie di adattamento del prezzo
 - LO19: la distribuzione – i canali di marketing, ruolo, obiettivi di canale, lunghezza del canale
 - LO20: principali canali per beni di consumo e canali per beni industriali
- II lezione
 - LO21: la gestione dei canali, i sistemi di marketing verticali e orizzontali
 - LO22: l'intermediazione al dettaglio, tipologie di vendita al dettaglio
 - LO23: le marche commerciali
 - LO24: l'intermediazione all'ingrosso – i commercianti all'ingrosso
 - LO25: l'intermediazione all'ingrosso – agenti e broker, filiali e uffici vendite dei fabbricanti
- III lezione
 - LO26: la logistica
 - LO27: la comunicazione – canali di comunicazione personali e non personali
 - LO28: il budget pubblicitario, la scelta dei media, profili dei principali media
 - LO29: come si realizza una campagna pubblicitaria
 - LO30: una case history

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

ALLEGATO 2

Domanda di partecipazione alla selezione
Avviso protocollo n. _____ pubblicato in data __/__/____ dal
Dipartimento di Ingegneria dell’Impresa “Mario Lucertini”

Il/La sottoscritto/a _____, nato/a a _____
prov. _____ il __/__/____, residente in _____ prov. __, via/viale/piazza
_____, n.____, CAP._____

chiede

di partecipare alla selezione per il conferimento di un incarico di collaborazione occasionale/professionale, come da avviso di selezione n. protocollo _____ pubblicato in data __/__/____ (d’ora in avanti denominato, per brevità, “Avviso”) dal Dipartimento di Ingegneria dell’Impresa “Mario Lucertini”. A tale scopo

dichiara

- di svolgere non svolgere (selezionare una delle due scelte) con abitudine attività professionali autonome nel territorio dello Stato italiano;
- di essere consapevole che la selezione avverrà mediante valutazione comparativa dei curricula, secondo quanto previsto all’art. 5 del bando;
- di essere consapevole che la selezione sarà finalizzata ad individuare il candidato con le competenze più attinenti all’attività da svolgere;
- di aver preso visione dei requisiti riportati all’art. 6 dell’Avviso;
- di essere consapevole che la valutazione dei curricula avverrà sulla base dei seguenti criteri tenendo conto del programma oggetto del modulo didattico (allegato 1 al presente bando), come all’art. 6 dell’Avviso

Esperienza didattica maturata sulle tematiche oggetto del modulo didattico	fino a 10/30
Esperienza professionale maturata sulle tematiche oggetto del modulo didattico	fino a 10/30
Altri titoli inerenti le tematiche oggetto del modulo didattico <ul style="list-style-type: none">• Dottorato• Master• Altri corsi di formazione	fino a 10/30
Punteggio complessivo	fino a 30/30

e che a parità di punteggio verrà data precedenza al candidato più giovane.

Il/La sottoscritto/a, consapevole delle sanzioni civili e penali previste per il caso di dichiarazioni mendaci o non più rispondenti a verità così come stabilito dall’art. 76 del Decreto 28/12/2000 n. 445,

dichiara, inoltre,

di non essere legato da vincoli di parentela e/o affinità entro il quarto grado incluso:

- ad alcun professore/ssa afferente al Dipartimento di Ingegneria dell’Impresa “Mario Lucertini”;
- al Rettore dell’Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”;
- al Direttore generale dell’Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”;
- ad alcun componente del Consiglio di Amministrazione dell’Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”.

Il sottoscritto

allega

alla presente domanda copia firmata di un proprio documento di identità in corso di validità, il proprio curriculum ed ogni altro titolo ritenuto utile ai fini della valutazione.

Data e luogo

Firma
