



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI CATANIA

IL RETTORE

- Vista la Legge del 19 novembre 1990, n.341 e in particolare l'articolo 6 e 7, concernenti la riforma degli ordinamenti didattici universitari;
- Visto lo Statuto dell'Università di Catania, emanato con D.R. n. 1885 del 6 maggio 1996;
- Vista la Legge del 14 gennaio 1999, n.4 e in particolare l'articolo 1, comma 15.a.;
- Visto il D.M. del 22 ottobre, n.270 del 2004" Modifiche del Regolamento recante norme concernenti l'autonomia didattica dei atenei" (D.M.509/99);
- Visto il nuovo Regolamento Didattico di Ateneo, d.r. n° 4502 del 24 Aprile 2009;
- Visto il nuovo Regolamento Master emanato con d.r. n° 6898 del 2 Novembre 2010;
- Visto la delibera del Consiglio della Facoltà di Economia del 17 febbraio 2011 nella quale viene approvata l'istituzione del Master di I livello in **"Marketing Management"** per l'A.A. 2011/2012,;
- Visto il parere positivo espresso dalla Commissione paritetica per la didattica nella seduta del 12 maggio 2011;
- Visto il d.r.n° 3098 del 17 giugno 2011 di emanazione del Manifesto Generale degli Studi per l'a.a. 201/2012;
- Visto il parere favorevole espresso dal Nucleo di Valutazione nella seduta del 20 settembre 2011;
- Viste le delibere del Senato Accademico e del Consiglio di Amministrazione rispettivamente del 26 settembre e del 30 settembre 2011 che approvano l'istituzione del suddetto Master;
- Vista la nota del 06 ottobre 2011 del Prof. Francesco Garraffo Coordinatore del suddetto Master;

DECRETA

- E' istituito il Master di I livello in **"Marketing Management"** per l'anno accademico 2011/2012.
- E' emanato contestualmente il relativo bando, da considerarsi parte integrante del presente decreto.

Il Rettore
(A. Recca)



**Master Universitario di I livello in
MARKETING MANAGEMENT
- Facoltà di Economia -**

BANDO

Sono aperti i termini per la presentazione delle domande di partecipazione al Master Universitario di primo livello in **“Marketing Management”** per l’anno accademico 2011/2012.

Il numero massimo di partecipanti è di 20 **laureati**, seguendo una graduatoria di merito. Il Master sarà attivato se si raggiungerà un numero minimo di 15 allievi.

1. Obiettivi

L’obiettivo generale del Master di I livello in Marketing Management della Facoltà di Economia è di trasferire e consolidare conoscenze e competenze avanzate in una delle professioni più ricercate dalle imprese locali, nazionali ed internazionali.

2. Prospettive occupazionali

La figura professionale formata dal Master sarà in grado di spendere la propria qualificazione, tra le altre, nelle seguenti posizioni in piccole e medie imprese industriali, commerciali e di servizi, in agenzie di comunicazione, in media tradizionali, in new media, in azienda no profit:

- per le funzioni di marketing: Marketing Manager, Brand Manager, Product Manager, Strategic Planner, Web Marketing Manager, International Marketing Manager;
- per le funzioni di vendita, distribuzione e retailing: Sales Force Manager, Key Account Manager, Export manager, Business Development Manager, Trade Manager, Retail Manager, Category Manager, Sales Promotion Manager, Store Design Manager;
- per le funzioni di comunicazione: Communication Manager, Advertising Manager, Pubbliche Relazioni, Comunicazione Istituzionale, Direct Marketing Manager, Event Manager, Account, Media Planner;
- per le funzioni di analisi di mercato: Market Analyst, Specialista Ricerche Consumi, Trend Analyst.

3. Destinatari

Possono partecipare al Master laureati di primo livello delle Facoltà di Economia, Scienze Politiche, Giurisprudenza, Ingegneria ex D.M. 509/99 e 270/04, o laureati vecchio ordinamento delle medesime Facoltà.

Titoli preferenziali: nessuno

4. Struttura del Master

Il Master si articolerà in 1500 ore complessive nell'arco di 12 mesi, così ripartite:

1. n. 1.300 ore di formazione assistita che si articolano come segue:

- 282 ore di didattica frontale dedicata agli insegnamenti caratterizzanti ed a quelli professionalizzanti;
- 282 ore di seminari professionalizzanti;
- 36 ore di verifiche dell'apprendimento;
- 700 ore di stage per la formazione extra aula (di cui 600 ore di tirocinio, 100 ore di project work)

2. n. 200 ore di studio individuale

Le attività d'aula saranno articolate in moduli formativi ciascuno comprendente sia lezioni teoriche sia svolgimento di esercitazioni durante le sessioni di laboratorio. Le lezioni o i seminari in aula occuperanno un monte ore di 25 ore settimanali e si terranno presso i locali della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Catania. La frequenza è obbligatoria. È consentito un massimo di assenze pari al 20% del monte ore complessivo delle attività previste dal master.

Il Master consente di acquisire **60 crediti formativi**.

5. Moduli didattici

L'organizzazione didattica del Master è articolata in Moduli, per un totale complessivo di 600 ore di attività d'aula, secondo la seguente ripartizione:

Modulo 1: Business Administration

L'obiettivo del modulo è fornire le conoscenze di base su teoria dell'impresa, strategia ed economia d'impresa, controllo di gestione, produzione, logistica e finanza aziendale, organizzazione aziendale.

Modulo 2: Marketing Management

L'obiettivo del modulo è fornire le conoscenze e competenze specialistiche su analisi competitiva, analisi della domanda di mercato, analisi del comportamento del consumatore, segmentazione, targeting e posizionamento, marketing operativo, pianificazione e controllo di marketing, marketing internazionale, distribuzione commerciale e trade marketing, sales management, social media e marketing digitale.

Modulo 3: Management Tools

Il modulo intende fornire le conoscenze specialistiche su metodi statistici per il marketing, diritto dei contratti, tecniche di negoziazione, strumenti informatici per il marketing.

Modulo 4: Relational Tools

Il modulo intende fornire le conoscenze specialistiche su strumenti di gestione delle risorse personali e di gruppo, resilienza cognitiva e psicologica, team building.

6. Sede formativa

Il Master si svolgerà presso la Facoltà di Economia in aule opportunamente attrezzate per le esigenze specifiche delle singole materie, o in locali attrezzati forniti da altri Enti.

7. Modalità di ammissione

Per partecipare alle selezioni del Master, ciascun candidato dovrà versare la somma di **Euro 40,00*** esclusivamente presso gli sportelli del Monte dei Paschi di Siena (**previa** registrazione all'Ufficio Immatricolazioni di Via A. Di Sangiuliano 44/46/48, Catania) o presso i terminali P.O.S. dell'Ufficio Immatricolazioni (solo Bancomat).

Una volta effettuato il pagamento della tassa, lo studente deve recarsi presso l'Ufficio Immatricolazioni esibendo la seguente documentazione:

- la domanda di partecipazione (SCHEMA A - scaricabile dal sito web www.unict.it **seguendo il percorso: didattica/post laurea/master e corsi speciali**)
- il curriculum vitae redatto secondo il Modello CV europeo (SCHEMA B - scaricabile dal sito web www.unict.it);
- la ricevuta di pagamento di euro 40,00;
- il certificato del diploma di laurea posseduto o autocertificazione resa nei modi di legge con dichiarazione sostitutiva di certificazione art. 46 D.P.R. n.445;
- ulteriori titoli posseduti e dichiarati ai fini della valutazione.

La domanda viene firmata dal candidato in presenza del personale preposto che la controlla e la conferma, inserendo il nominativo nell'elenco dei partecipanti. La documentazione può anche essere spedita per posta con raccomandata e ricevuta di ritorno, rispettando rigorosamente i termini fissati dal presente bando. Soltanto in questo caso alla domanda, già firmata dallo studente, dovrà essere allegata la fotocopia di un valido documento di identità.

L'Amministrazione Universitaria non assume alcuna responsabilità in merito a disguidi o disservizi postali, dipendenti da qualsiasi natura.

Tutte le domande di partecipazione dovranno essere presentate presso l'UFFICIO IMMATRICOLAZIONI, Via A. Di Sangiuliano 44/46/48, 95124 Catania, **entro le ore 12,30 del 12 dicembre 2011** e sottoscritte innanzi ai funzionari preposti al suddetto Ufficio. Qualora inoltrate per corriere, vie postali, ecc., dovranno pervenire entro lo stesso termine del 12 dicembre 2011 all'Ufficio Immatricolazioni con allegata copia del documento di identità del richiedente. Non farà, pertanto, fede alcun timbro attestante l'avvenuta spedizione, ma la data e l'ora di effettivo ricevimento della domanda da parte dell'Ufficio. La busta contenente la stessa dovrà indicare all'esterno la dicitura ***Master Universitario di I livello in "Marketing Management"***. Il ritardo nell'arrivo della domanda, qualunque ne sia la causa, anche se la spedizione risultasse effettuata entro il termine prefissato, comporterà la non ammissione alla selezione.

I dati dichiarati, indispensabili ai fini concorsuali, comportano, se incompleti e/o mendaci, l'esclusione dalla selezione o la decadenza dal diritto alla partecipazione con perdita del diritto al rimborso di quanto versato.

L'Amministrazione può disporre in ogni momento, con provvedimento motivato, l'esclusione dal concorso.

Tutti i candidati sono ammessi con riserva fino all'accertamento dei requisiti previsti dal bando.

I requisiti previsti dal presente bando dovranno essere posseduti alla data di scadenza del termine per la presentazione della domanda di ammissione.

L'iscrizione al Master non è compatibile con la contemporanea iscrizione ad altri Corsi di Studio Universitari.

*Nota: La quota di 40,00 € non verrà restituita in caso di mancata selezione o di mancata attivazione.

8. Informativa sul trattamento dei dati personali

Per l'informativa relativa al trattamento dei dati personali dei candidati (art. 13 del d.lgs. del 30/06/03 n. 196 "Codice in materia dei dati personali") si rimanda all'Allegato 1 che fa parte integrante del presente bando.

9. Selezione e formazione della graduatoria

Requisiti indispensabili per l'ammissione alla selezione sono il possesso di una delle Lauree specificate come titoli di ammissibilità al punto 3 del presente bando.

Nel caso in cui il numero degli aspiranti allievi fosse superiore al numero massimo dei posti previsti, verrà effettuata una selezione sulla base dei titoli presentati nella domanda di ammissione.

Ai titoli presentati nella domanda di ammissione verranno assegnati i seguenti punteggi:

- per la laurea fino a un massimo di *punti 5* in base alla votazione: punti 1 da 103 a 104; 2 da 105 a 106; 3 da 107 a 108; 4 da 109 a 110; 5 per 110 con lode;
- per la tesi di laurea su temi attinenti gli insegnamenti del Master fino a *punti 6*;
- per ulteriori titoli di studio (seconda laurea, specializzazione, dottorato di ricerca) fino a *punti 4*;
- documentata esperienza in attività attinenti gli insegnamenti del Master, progetti formativi per soggiorni presso altre Università, per studi e tirocini attinenti gli insegnamenti del Master (non saranno prese in considerazione le esperienze di tirocinio svolte nell'ambito dei corsi di studio), punti 1 per ciascun periodo non inferiore a mesi sei con un massimo di punti 5;
- pubblicazioni scientifiche pertinenti le tematiche oggetto del Master: fino ad un massimo di punti 5.

Per un massimo complessivo di punti 25.

La Commissione esaminatrice accerterà il possesso dei requisiti attraverso una prova attitudinale e/o un colloquio motivazionale, che sarà svolto anche in lingua inglese, disponendo di ulteriori punti fino ad un massimo di 10. La prova attitudinale e/o il colloquio motivazionale si terranno **il 19 dicembre 2011 alle ore 10.00** presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Catania, Corso Italia, 55 – Catania.

A parità di punteggio complessivo, la graduatoria verrà determinata sulla base dell'età dei candidati, dal più giovane al più anziano (art. 2, comma 9, L. 16/06/1998 n. 191).

La graduatoria verrà pubblicata entro **il 22/12/2011** presso la sede della Facoltà di Economia, Corso Italia, 55, Catania, nonché nel sito web www.unict.it seguendo il percorso: **didattica/post laurea/master e corsi speciali** e www.emmme.info

10. Quota di partecipazione e modalità di versamento

La quota di partecipazione al Master è stabilita in Euro 5.000,00 (€ Cinquemila), da versare in due rate:

- 2.500,00 Euro all'atto dell'iscrizione

- 2.500,00 Euro entro sessanta giorni dall'inizio delle lezioni

Tale quota **non** comprende euro 200 per tassa di iscrizione, euro 85 per tassa per il diritto allo studio, euro 14,62 per marca da bollo virtuale. Tali importi dovranno essere versati congiuntamente alla prima quota all'atto dell'iscrizione.

La quota dovrà essere versata per intero anche in caso di abbandono del corso.

A conclusione del Master, è prevista per i più meritevoli la copertura parziale della quota di partecipazione, mediante premi di studio finanziati da Imprese partner o Enti Pubblici.

Tutti i candidati, utilmente collocati in graduatoria, potranno versare la quota di partecipazione al Master mediante disposizione E.P.O.S. emessa dall'Ufficio Immatricolazioni e pagata esclusivamente presso una qualsiasi agenzia del Monte dei Paschi di Siena, previa registrazione presso l'Ufficio Immatricolazioni. I candidati possono anche scegliere di effettuare questo versamento direttamente presso l'Ufficio Immatricolazioni, utilizzando i terminali P.O.S. (solo circuito Bancomat).

La rata di iscrizione di euro 2.500,00 più tasse dovrà essere versata entro e non oltre **le ore 12.30 del 9/1/2012**.

11. Iscrizione

Entro le ore 14.00 del 10/1/2012, tutti i candidati utilmente collocati in graduatoria dovranno far pervenire presso la Segreteria organizzativa del Master, Dr. Roberto Zangiacomi/Dr. Carlo Sammartano, Tel. 095 7537529-539, e-mail serdidec@unict.it, www.emmme.info, Facoltà di Economia, Corso Italia, 55 Catania, Piano Aule, Ufficio di Presidenza, i seguenti documenti:

- conferma di partecipazione al corso, sottoscritta dal/la candidato/a ammesso/a;
- certificato di laurea e titoli posseduti solo se autocertificati in sede di ammissione;
- fotocopia di un documento di riconoscimento;
- fotocopia dell'attestazione di avvenuto pagamento della prima rata della tassa di iscrizione.

I posti residui a seguito di un'eventuale rinuncia di vincitori verranno assegnati agli utilmente collocati in graduatoria generale ai quali, con apposito telegramma, verranno comunicati i termini improrogabili entro i quali dovranno versare la superiore quota d'iscrizione necessaria al fine di ottenere la partecipazione al Master. Tale procedura verrà ripetuta sino all'esaurimento dei posti disponibili. In ogni caso, l'eventuale scorrimento della graduatoria e la formalizzazione definitiva degli ammessi dovrà essere completata inderogabilmente non oltre il periodo di svolgimento del 20% delle attività didattiche del corso, con indicazione della data ultima per perfezionare l'iscrizione, pena la decadenza dal diritto di partecipazione al Master.

12. Valutazione degli allievi

In itinere

Durante il percorso formativo gli allievi dovranno superare delle prove volte a verificare la conoscenza dei temi trattati nelle unità didattiche dei vari moduli. Tali verifiche potranno avere carattere multidisciplinare.

Finale

A conclusione del Master, ciascun allievo dovrà sostenere un esame, che consiste nella discussione di un *project work* i cui temi principali saranno concordati con il Comitato Scientifico in relazione al periodo di stage finale.

Le verifiche *in itinere* e la prova finale daranno luogo a votazioni, espresse rispettivamente in trentesimi e in settantesimi. Sarà facoltà del Comitato Ordinatore, su proposta del coordinatore del Master, adottare i provvedimenti che riterrà più opportuni verso gli studenti che, in modo reiterato, manifesteranno scarso rendimento nelle prove intermedie svolte durante il periodo delle lezioni frontali.

Al completamento del corso degli studi, sulla base dei risultati degli esami relativi ai diversi moduli, della prova finale e del giudizio espresso dalla Commissione per la valutazione finale, viene conferito il Diploma di Master Universitario di primo livello in “Marketing Management” con l’attribuzione di 60 crediti formativi.

13. Stage

A chiusura della didattica d’aula, hanno luogo gli stage individuali e i project work, che hanno durata di 5 mesi per un totale di 700 ore. Gli stage si svolgeranno all’interno di imprese siciliane, nazionali ed internazionali presso cui gli allievi potranno mettere in pratica le competenze acquisite in aula. Durante queste attività i corsisti saranno seguiti direttamente dai responsabili delle aziende coinvolte, allo scopo di individuare e sviluppare le attitudini di ogni singolo allievo. Obiettivo dello stage è lo sviluppo di un Project Work, che sintetizzi e dimostri le capacità acquisite dall’allievo durante il Master.

Gli stage si svolgeranno presso: Bruno Euronics, Cielle Imballaggi, Ikea, Ionia Caffè, Lactalis Galbani, Giudice Confezioni, Marketing Management, Orange Network, Plastica Alfa, Roberto Abate, Rotocalco Mediterranea, Società Aeroporto Catania, Sibeg Coca Cola, Unicredit.

Non è previsto alcun rimborso spese per lo svolgimento dello stage.

14. Comitato di gestione

Il coordinatore del Master è il Prof. Francesco Garraffo della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi di Catania. Il Comitato Ordinatore è composto dai Proff.: M. Cavallaro, R. Cellini, S. Ingrassia, M. Galvagno, F. Garraffo, C. Schillaci.

15. Norme comuni

Per eventuali chiarimenti gli interessati potranno informarsi presso la Segreteria organizzativa del Master, Dr. Carlo Sammartano, Tel. 095 7537529-539, e-mail carlosammartano@unict.it, www.emmme.info, Facoltà di Economia, Corso Italia, 55 Catania, Piano Aule, Ufficio di Presidenza.

16. Partner, Sponsor e Partner tecnici

Sono partner del Master: Roberto Abate Spa, Unicredit Group.

Sono sponsor del Master: Bruno Euronics, Cielle Imballaggi, Ikea, Ionia Caffè, Lactalis Galbani, Marketing Managment, Orange Network, Plastica Alfa, Rotocalco Mediterranea, Società Aeroporto Catania, Sibeg Coca Cola.

Sono Partner tecnici del Master: Bizmate, Cemit Interactive Media, Endivia, Industria 01.

17. Responsabile del procedimento

Ai sensi della legge 241/1990, responsabile del procedimento è il dr. Carlo Sammartano, incaricato delle funzioni di responsabile dell'Ufficio Attività didattiche, stage e servizi generali della Facoltà di Economia.

Catania, 17/10/2011

Il Coordinatore
F. Garraffo

Il Rettore
A. Recca

Il Direttore Amministrativo
L. Maggio