

Bando di concorso pubblico per l'ammissione di n. 40 laureati al Corso di Master di I livello in "Marketing & Service Management" della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II – Anno Accademico 2006/2007 –

Art. 1 – L'Università degli Studi di Napoli Federico II – Facoltà di Economia – indice, per l'anno accademico 2006/2007, un concorso pubblico, per titoli ed esami, per l'ammissione di n. 40 (quaranta) laureati al Master di I livello in *Marketing & Service Management*. Il numero minimo di iscritti per l'attivazione del corso è pari a 15 partecipanti. Il numero massimo di allievi che potranno partecipare al Master è pari a 40.

Il Master in *Marketing & Service Management* si pone l'obiettivo di trasferire agli allievi le competenze, gli strumenti e le metodologie di marketing utili per le imprese che operano in contesti ipercompetitivi e che adottano condotte strategiche finalizzate a creare valore per i clienti come presupposto fondamentale per generare valore economico.

Il corso Master è strutturato secondo la seguente articolazione didattica:

MODULO I

1. Abilità individuali e relazionali

- 1.1 Leadership e comunicazione organizzativa
- 1.2. Conoscenze di base tecnico-linguistiche
- 1.3. Altre abilità - Seminario sulle metodologie di didattica attiva

2. Seminari di apertura

- 2.1. Customer satisfaction e creazione di valore per i clienti
- 2.2. Management integration

3. Metodi quantitativi e sistemi di supporto per le decisioni di marketing

- 3.1. Metodi di analisi di mercato I
- 3.2. Metodi di analisi di mercato II
- 3.3. Sistemi informativi di Marketing

MODULO II

4. Conoscenze di General Management

- 4.1. Contabilità direzionale
- 4.2. Strategie d'impresa
- 4.3. Seminario sulla regolamentazione della concorrenza
- 4.4. Gestione delle risorse umane
- 4.5. Economia
- 4.6. Analisi e controllo degli investimenti di marketing
- 4.7. Project Works fine Modulo II

MODULO III

5. Conoscenze di marketing management

- 5.1. I processi e le decisioni di Marketing Strategico
- 5.2. Strategie di innovazione e lancio dei nuovi prodotti-servizi
- 5.3. Leve del valore: la gestione dell'assortimento e decisioni di prezzo
- 5.4. Leve del valore: la gestione della marca e della comunicazione

- 5.5. Leve del valore: la gestione dei canali distributivi e della rete di vendita
- 5.6. Leve del valore: il service management
- 5.7. Marketing relazionale: la gestione delle relazioni con i clienti
- 5.8. Marketing relazionale: la gestione delle relazioni di canale
- 5.9. Project Work Modulo III

MODULO IV

6. Approfondimenti tematici di marketing

MODULO V

7. Project work on field o Stage

Il Consiglio del Corso può individuare eventuali ulteriori corsi di insegnamento da inserire nel programma formativo del Master.

Art. 2 – Il presente bando di concorso e tutti gli atti ad esso collegati, approvazione della graduatoria e avvisi, saranno pubblicati mediante affissione all'Albo Ufficiale dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II", ubicato presso le seguenti sedi:

Edificio Sede Centrale – Corso Umberto I n. 40 bis;

Edificio Universitario – Via Giulio Cesare Cortese n. 29.

Gli atti di cui sopra saranno divulgati attraverso il sito internet dell'Università www.unina.it ed affissi presso i locali della Segreteria Studenti della Facoltà di Economia – Complesso Universitario di Monte S. Angelo - Via Cinthia - 80126 - Napoli.

Art. 3 - La Direzione del Master ha sede presso Arfaem – *Associazione per la Ricerca e la Formazione Avanzata in Economia e Management*, Via Cinthia, Complesso Universitario Monte S. Angelo – 80126 – Napoli. Riferimenti telefonici: 081/675355 – 081/675296

Art. 4 – Il Corso avrà una durata complessiva di **12 (dodici) mesi** durante i quali sono previste **580 ore d'aula** e **180 ore di project work in house** e **350 di stage o project work on field finale**. Le ore di stage potranno essere destinate anche per la realizzazione dei project work a contenuto professionale o di ricerca applicata. Il programma del corso Master sarà **articolato in cinque moduli**:

- abilità individuali e relazionali; *management integration*; *customer satisfaction*; metodi quantitativi e sistemi di supporto alle decisioni di marketing;
- conoscenze di *general management*;
- conoscenze di marketing *management*;
- approfondimenti tematici di marketing;
- *project work on field e stage*.

La frequenza al corso è obbligatoria. Per il conseguimento del titolo è necessario aver frequentato almeno l'80% delle attività didattiche previste dal programma del Master (580 ore di didattica frontale e 180 ore di project work).

Art. 5 – Il Master è aperto a coloro che siano in possesso di laurea o laurea specialistica prevista dal D.M. 509/99, nonché di diploma universitario o diploma di laurea previsto dal precedente ordinamento. Al concorso possono partecipare laureati con **votazione non inferiore a 105/110**, o equivalente espresso in altra base, che siano in possesso del **titolo di laurea** previsto dal precedente ordinamento in:

- *Economia*
- *Ingegneria*
- *Scienze Matematiche e Fisiche*

- Scienze Statistiche e Attuariali
- Scienze Politiche
- Scienze della Comunicazione
- Sociologia
- Giurisprudenza
- Scienze bancarie, finanziarie e assicurative.

Inoltre possono partecipare al concorso laureati con **votazione non inferiore a 105/110** in possesso di **laurea o laurea specialistica prevista dal DM 509/1999** appartenente **ad una delle seguenti classi di laurea del nuovo ordinamento universitario:**

Classi di laurea triennali

- Classe delle lauree in scienze dei servizi giuridici
- Classe delle lauree in scienze dell'architettura e dell'ingegneria edile
- Classe delle lauree in urbanistica e scienze della pianificazione territoriale e ambientale
- Classe delle lauree in ingegneria civile e ambientale
- Classe delle lauree in ingegneria dell'informazione
- Classe delle lauree in ingegneria industriale
- Classe delle lauree in scienze della comunicazione
- Classe delle lauree in scienze politiche e delle relazioni internazionali
- Classe delle lauree in scienze dell'economia e della gestione aziendale
- Classe delle lauree in scienze dell'amministrazione
- Classe delle lauree in scienze e tecnologie della navigazione marittima e aerea
- Classe delle lauree in scienze e tecnologie delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
- Classe delle lauree in scienze e tecnologie fisiche
- Classe delle lauree in scienze e tecnologie informatiche
- Classe delle lauree in scienze economiche
- Classe delle lauree in scienze giuridiche
- Classe delle lauree in scienze matematiche
- Classe delle lauree in scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace
- Classe delle lauree in scienze sociologiche
- Classe delle lauree in scienze statistiche
- Classe delle lauree in scienze del turismo
- Classe delle lauree in disegno industriale

Classi di laurea specialistiche

- Classe delle lauree specialistiche in architettura e ingegneria edile
- Classe delle lauree specialistiche in finanza
- Classe delle lauree specialistiche in fisica
- Classe delle lauree specialistiche in giurisprudenza
- Classe delle lauree specialistiche in informatica
- Classe delle lauree specialistiche in informatica per le discipline umanistiche
- Classe delle lauree specialistiche in ingegneria aerospaziale e astronautica
- Classe delle lauree specialistiche in ingegneria biomedica
- Classe delle lauree specialistiche in ingegneria chimica
- Classe delle lauree specialistiche in ingegneria civile
- Classe delle lauree specialistiche in ingegneria dell'automazione
- Classe delle lauree specialistiche in ingegneria delle telecomunicazioni

- *Classe delle lauree specialistiche in ingegneria elettrica*
- *Classe delle lauree specialistiche in ingegneria elettronica*
- *Classe delle lauree specialistiche in ingegneria energetica e nucleare*
- *Classe delle lauree specialistiche in ingegneria gestionale*
- *Classe delle lauree specialistiche in ingegneria informatica*
- *Classe delle lauree specialistiche in ingegneria meccanica*
- *Classe delle lauree specialistiche in ingegneria navale*
- *Classe delle lauree specialistiche in ingegneria per l'ambiente e il territorio*
- *Classe delle lauree specialistiche in matematica*
- *Classe delle lauree specialistiche in metodi per l'analisi valutativa dei sistemi complessi*
- *Classe delle lauree specialistiche in metodi per la ricerca empirica nelle scienze sociali*
- *Classe delle lauree specialistiche in modellistica matematico-fisica per l'ingegneria*
- *Classe delle lauree specialistiche in organizzazione e gestione dei servizi per lo sport e le attività motorie*
- *Classe delle lauree specialistiche in pianificazione territoriale urbanistica e ambientale*
- *Classe delle lauree specialistiche in progettazione e gestione dei sistemi turistici*
- *Classe delle lauree specialistiche in pubblicità e comunicazione d'impresa*
- *Classe delle lauree specialistiche in relazioni internazionali*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienza e ingegneria dei materiali*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze dell'economia*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze della comunicazione sociale e istituzionale*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze della politica*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze delle pubbliche amministrazioni*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze dello spettacolo e della produzione multimediale*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze e tecnologie dei sistemi di navigazione*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze economiche per l'ambiente e la cultura*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze economico-aziendali*
- *Classe delle lauree specialistiche in scienze per la cooperazione allo sviluppo*
- *Classe delle lauree specialistiche in sociologia*
- *Classe delle lauree specialistiche in statistica demografica e sociale*
- *Classe delle lauree specialistiche in statistica economica, finanziaria ed attuariale*
- *Classe delle lauree specialistiche in statistica per la ricerca sperimentale*
- *Classe delle lauree specialistiche in tecniche e metodi per la società dell'informazione*
- *Classe delle lauree specialistiche in teoria della comunicazione*
- *Classe delle lauree specialistiche in teoria e tecniche della normazione e dell'informazione giuridica*
- *Classe delle lauree specialistiche in teorie e metodi del disegno industriale*

Nel caso di possesso e di presentazione di due titoli utili per l'accesso al master (per es. laurea triennale e laurea specialistica nelle discipline appositamente previste), ai fini della verifica del rispetto del requisito del voto di laurea ed ai fini della valutazione dei titoli di cui all'articolo 9, 2° comma, lettera a), verrà preso in considerazione il titolo in cui il candidato ha riportato la valutazione più alta.

Art. 6 – La domanda di partecipazione al concorso, redatta in conformità all'allegato 1 del presente bando, in carta semplice e firmata dal candidato, dovrà pervenire entro e non oltre il giorno 28 luglio 2006 alla Segreteria Studenti della Facoltà di Economia, Complesso Universitario di Monte S. Angelo - Via Cinthia - 80126 Napoli, indicando sulla busta la seguente dicitura: **Rif. Master in Marketing & Service Management.**

Il modulo per la domanda di partecipazione è disponibile presso gli sportelli della Segreteria Studenti della Facoltà di Economia nonché sul sito di Ateneo: www.unina.it

Alla domanda di ammissione dovrà essere allegata la seguente documentazione:

1. certificato di laurea con l'indicazione del titolo della tesi e delle votazioni riportate nei singoli esami di profitto e nell'esame di laurea o, in alternativa, dichiarazione sostitutiva di certificazione resa ai sensi del D.P.R. 445/2000 con le modalità indicate nell'allegato 2 del presente bando;
2. dichiarazione in carta semplice di buona conoscenza della lingua inglese eventualmente accompagnata da un attestato riconosciuto;
3. dichiarazione in carta semplice di buona conoscenza dei principali *software* informatici eventualmente accompagnata da un attestato;
4. ulteriore documentazione che il candidato ritenga utile ai fini della valutazione;
5. curriculum vitae;

Si precisa che non saranno, in nessun caso, considerate prodotte in tempo utile le domande pervenute oltre il termine su indicato, anche nel caso in cui le stesse risultino inviate a mezzo posta con timbro antecedente al termine stesso.

Art. 7 – La prova di ammissione avrà luogo presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II – Complesso Universitario di Monte S. Angelo, via Cinthia, 80126 Napoli – in data che verrà resa nota il giorno 13 settembre 2006 mediante avviso affisso all'Albo Ufficiale dell'Ateneo nei modi di cui all'art. 2 del presente bando, nonché mediante divulgazione sul sito web dell'Ateneo e presso i locali della Segreteria Studenti della Facoltà di Economia.

Tale avviso ha valore di notifica ufficiale e non saranno inoltrate comunicazioni personali.

Alla prova di esame i candidati dovranno presentarsi muniti di un valido documento di riconoscimento. Coloro che, per qualsiasi motivo, risulteranno assenti all'inizio della prova saranno considerati rinunciatari.

Art. 8 – La **Commissione esaminatrice**, nominata con Decreto Rettorale, è designata dal Consiglio della Facoltà e si riunirà preliminarmente per fissare le linee guida e i criteri puntuali per la valutazione dei candidati.

La Commissione disporrà di un punteggio attribuibile di 45 punti così suddivisi: 15 per titoli e 30 per il colloquio orale.

Art. 9 – Il concorso è per titoli ed esami.

Il punteggio massimo attribuibile alla valutazione dei **titoli** è di 15 punti secondo i seguenti criteri:

a. Voto di laurea

Punteggio massimo 6 punti da attribuire come segue:

Voto di laurea Punti

110/110 e lode: 6

108/109: 5

105/107: 4

b. Attestato riconosciuto di conoscenza della lingua inglese

Punteggio massimo da attribuire: 4 punti

c. Attestato riconosciuto di conoscenza dei principali *software* applicativi

Punteggio massimo da attribuire: 2 punti

e. Altri titoli

Punteggio massimo da attribuire: 3 punti

Il candidato dovrà produrre la documentazione relativa ai titoli suindicati, nei tempi prescritti all'art. 6 del presente bando, allegandola alla domanda di ammissione.

L'**esame** di ammissione consiste in una prova orale ovvero in un colloquio di carattere generale per valutare il profilo cognitivo, motivazionale e attitudinale del candidato. È titolo preferenziale, ancorché non selettivo, la conoscenza di base dei più comuni *software* applicativi (word, excel, power point) e della lingua inglese. Il punteggio massimo attribuibile in fase di esame è pari a 30 punti.

Art. 10 – L'esito della prova sarà reso noto mediante affissione della graduatoria, entro i 7 giorni successivi alla prova stessa, all'Albo Ufficiale dell'Ateneo nei modi di cui all'art. 2 del presente bando, nonché mediante divulgazione sul sito web dell'Ateneo e affissione presso i locali della Segreteria Studenti della Facoltà di Economia.

Tale avviso ha valore di notifica ufficiale e non saranno inoltrate comunicazioni personali.

Saranno ammessi alla graduatoria finale i candidati che abbiano ottenuto come punteggio complessivo almeno 28 punti.

In caso di parità di punteggio prevale il candidato più giovane, ai sensi dell'art.2 comma 9 della Legge 191/98.

Art 11 - I candidati che si siano collocati in posizione utile per ottenere l'iscrizione (*primi quaranta della graduatoria*) dovranno presentare presso l'ufficio di *Segreteria Studenti della Facoltà di Economia*, entro il termine indicato nell'avviso di pubblicazione della graduatoria:

- 1) domanda di iscrizione su apposito modulo da ritirare presso la Segreteria Studenti;
- 2) due fotografie uguali, debitamente firmate, nonché fotocopia fronte retro di un valido documento di identità (accompagnato dall'originale da esibire in visione);
- 3) attestazione comprovante l'avvenuto pagamento del contributo di iscrizione nonché della tassa regionale per il diritto allo studio universitario;
- 4) dichiarazione di non iscrizione ad altro corso di laurea, specializzazione, scuola diretta a fini speciali, diploma universitario;

Non sarà presa in considerazione documentazione incompleta né pervenuta o inviata a mezzo servizio postale o a mezzo fax.

Art 12 – Il contributo di iscrizione al corso è di Euro 2.500 oltre a Euro 62.00 per tassa regionale e Euro 14.62 per imposta di bollo.

Art. 13 - Decorso il termine di cui all'art. 11 i candidati classificatisi vincitori che non avranno presentato la documentazione prevista, saranno considerati rinunciatari.

I posti che risulteranno vacanti saranno messi a disposizione dei candidati classificatisi idonei secondo l'ordine della graduatoria.

A tal fine l'ufficio di Segreteria Studenti notificherà, tramite avviso affisso entro due giorni dal termine di cui all'art. 11, il numero dei posti eventualmente vacanti.

Scaduto il termine indicato nell'avviso, gli idonei che non avranno richiesto l'iscrizione saranno considerati rinunciatari.

Art 14 – I candidati che non osserveranno tutte le norme del presente bando non avranno alcun diritto di partecipare all'esame di ammissione o all'iscrizione.

Art. 15 – A conclusione del Master, agli iscritti che, a giudizio del Comitato Scientifico, abbiano frequentato e svolto con assiduità le attività richieste, adempiuto agli obblighi e superate le verifiche periodiche relative ai vari corsi di insegnamento, verrà rilasciato il **titolo di Master in Marketing &**

Service Management che equivale a 70 crediti formativi utilizzabili ai sensi delle attuali disposizioni di legge.

Art. 16 – Il Capo dell'Ufficio della Segreteria Studenti della Facoltà di Economia è responsabile di ogni adempimento inerente al presente procedimento concorsuale che non sia di competenza della commissione giudicatrice.

Ai candidati è garantito il diritto di accesso alla documentazione inerente il procedimento concorsuale, a norma della vigente normativa.

Tale diritto si eserciterà secondo le modalità stabilite con regolamento di Ateneo, approvato con D.R. n. 3276/2001.

Art. 17 – Per quanto non è espressamente previsto dal presente bando si rinvia alla normativa vigente.

Napoli, 1 GIUGNO 2006

Il Rettore
Guido Trombetti

Allegato 1: Modulo Domanda di Ammissione

Al Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Napoli
Federico II

Il/La sottoscritt_____ nat_____ a_____ (prov._____)
il_____ e residente in_____ (prov._____)
alla via_____ n.____ c.a.p._____ tel_____/_____

chiede di essere ammess_, per l'anno accademico 2006-2007, al concorso pubblico per titoli ed esami, per l'ammissione di n. 40 laureati al Master di I livello in "Marketing & Service Management" della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.

Il/La sottoscritt_ dichiara di essere a conoscenza che le date delle prove di esame verranno rese note il giorno 13 settembre 2006 con avviso affisso all'Albo Ufficiale nei modi di cui all'art. 2 del bando, nonché mediante divulgazione sul sito web dell'Ateneo e presso i locali della Segreteria Studenti della Facoltà di Economia.

Il /La sottoscritt_ dichiara, inoltre, di essere a conoscenza che l'affissione costituisce notifica ai candidati e che per l'ammissione alla prova i candidati dovranno presentarsi muniti di un valido documento di riconoscimento.

Il/La sottoscritt_ dichiara, altresì, di essere a conoscenza che l'assenza, per qualsiasi motivo, all'inizio della prova di esame sarà considerata come rinuncia a partecipare al concorso.

Il/La sottoscritt_ dichiara, infine, che il recapito cui indirizzare eventuali comunicazioni è il seguente:

via_____ n.____ c.a.p._____ città_____ prov._____
tel._____/_____ e si impegna a comunicare tempestivamente eventuali variazioni dello stesso.

Descrizione della motivazione alla partecipazione al master:

Descrizione delle capacità e competenze del candidato:

Capacità e competenze personali

(Acquisite nel corso della vita e della carriera ma non necessariamente riconosciute da certificati e diplomi ufficiali)

Capacità e competenze relazionali

(Vivere e lavorare con altre persone, in ambiente multiculturale, occupando posti in cui la comunicazione è importante e in situazioni in cui è essenziale lavorare in squadra)

Capacità e competenze organizzative

(Ad es. coordinamento e amministrazione di persone, progetti bilanci; sul posto di lavoro, in attività di volontariato, etc.)

Capacità e competenze tecniche

(con computer, attrezzature specifiche, macchinari, etc.)

Capacità e competenze artistiche

(Musica, scrittura, disegno, ...)

Altre capacità e competenze

(competenze non precedentemente indicate)

Alla domanda di ammissione il sottoscritto allega, inoltre, la seguente documentazione:

1. certificato di laurea con l'indicazione del titolo della tesi e delle votazioni riportate nei singoli esami di profitto e nell'esame di laurea o, in alternativa, dichiarazione sostitutiva di certificazione resa ai sensi del D.P.R. 445/2000 con le modalità indicate nell'allegato 2 del presente bando;
2. dichiarazione in carta semplice di buona conoscenza della lingua inglese eventualmente accompagnata da un attestato riconosciuto
3. dichiarazione in carta semplice di buona conoscenza dei principali software informatici eventualmente accompagnata da un attestato
4. ulteriore documentazione ritenuta utile ai fini della valutazione;
5. curriculum vitae

Firma

Data

Allegato 2: modello dichiarazione sostitutiva di certificazione

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE (art. 75 D.P.R. 445/2000)

Il/Lasottoscritt_____ nat_a _____,
consapevole delle sanzioni penali previste dall'art.76 del D.P.R. 445/2000 per le ipotesi di falsità
in atti e dichiarazioni mendaci,

DICHIARA:

1. di essersi laureat_ _____
con voti_____ presso l'Università degli Studi di_____

2. di aver svolto una tesi di laurea in _____
_____ dal titolo _____

3. di aver sostenuto i seguenti esami (elenco esami con data e voto):

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

luogo,data

(firma per esteso del dichiarante)

Informativa ai sensi dell'art.13 del D. Lgs. 196/2003: i dati richiesti sono prescritti dalle vigenti disposizioni ai fini del procedimento in corso e verranno utilizzati esclusivamente per tale scopo e, comunque, nell'ambito delle attività istituzionali dell'Università degli Studi di Napoli Federico II. All'interessato competono i diritti di cui all'art. 7 del citato D. Lgs.