

IL RETTORE

- VISTO** lo Statuto vigente dell'Università degli Studi di Napoli Federico II;
- VISTI** gli artt. 2 e 18 del vigente Regolamento Didattico di Ateneo;
- VISTO** il Regolamento per l'istituzione ed il funzionamento dei Corsi di Master universitari di I e II livello, emanato con D.R. n.1225 dell'8.4.2009;
- VISTA** la delibera n. 4 del 06.4.2009, con la quale il Consiglio della Facoltà di Economia ha proposto l'attivazione del Corso di Master Universitario di I livello in "*Marketing & Service Management*" per l'a.a. 2009/2010;

DECRETA

Per l'a.a. 2009/2010 è emanato l'allegato bando di concorso di ammissione al **Corso di Master Universitario di I livello in "*Marketing & Service Management*".**

Napoli lì 5giugno 2009

Il Rettore
Guido Trombetti
IL PRORETTORE
f.to prof. Vincenzo Patalano

Ripartizione <i>Relazioni Studenti</i> Il Dirigente <i>Dott. Maurizio Tafuto</i> Unità organizzativa responsabile del procedimento: <i>Ufficio Segreteria Studenti - Facoltà di Economia</i> Responsabile del procedimento: Il Capo dell'Ufficio <i>Dott.ssa Patrizia Boccia</i>

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 2009/2010 –

Art. 1 – L'Università degli Studi di Napoli Federico II – Facoltà di Economia – indice, per l'anno accademico 2009/2010, 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 10 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:

MODULO I	Ore	Crediti	SSD
1. Abilità individuali e relazionali			
1.1 Team building e comunicazione di gruppo	16	2	SECS-P10
1.2. Conoscenze di base tecnico-linguistiche	40	6	L-LIN
Totale abilità individuali e relazionali			
	56	8	
2. Concetti di base, strumenti e metodologie quantitative			
2.1. Customer satisfaction, Creazione di valore per i clienti e <i>management integration</i>	16	2	SECS-P08; SECS-P09; SECS-P10; SECS-P07
2.2. Metodi di analisi di mercato I	50	7	SECS-S01
2.3. Informatica di base	16	2	SECS-S01; SECS-P10
Totale "Concetti di base, strumenti e metodologie quantitative"			
	82	11	
Totale Modulo I			
	138	19	

MODULO II

MODULO II	Ore	Crediti	SSD
3. General Management			
3.1. Contabilità direzionale	30	4	SECS-P07
3.2. Strategie d'impresa	30	4	SECS-P08
3.3. Organizzazione aziendale	20	3	SECS-P10
3.4. Gestione delle risorse umane	20	3	SECS-P10
3.5. Economia	20	3	SECS-P01
Totale General Management			
	120	17	

MODULO III

MODULO III	Ore	Crediti	SSD
4. Marketing management: processi, decisioni, leve del valore e dell'azione di marketing			
4.1. I processi e le decisioni di Marketing Strategico	40	6	SECS-P08
4.2. Strategie di innovazione e lancio dei nuovi prodotti-servizi	20	3	SECS-P08; ING-IND/15; ICAR/13
4.3. Leve del valore: la gestione dell'assortimento e decisioni di prezzo	20	3	SECS-P08
4.4. Leve del valore: la gestione della marca e della comunicazione	20	3	SECS-P08
4.5. Leve del valore: la gestione dei canali distributivi e della rete di vendita	20	3	SECS-P08
4.6. Leve del valore: il service management	20	3	SECS-P08
4.7. Marketing relazionale: la gestione delle relazioni con i clienti	20	3	SECS-P08
4.8. Marketing relazionale: la gestione delle relazioni di canale	20	3	SECS-P08
4.9. Sistemi informativi di marketing	16	2	SECS-P10
4.10. Analisi e controllo degli investimenti di marketing	20	3	SECS-P08; SECS-P07; SECS-P09
4.11. Ricerche di marketing	20	3	SECS-P08; SECS-S01
Totale aula modulo III	236	34	

MODULO IV: *Approfondimenti tematici di marketing*

Nel IV modulo gli allievi frequentano i corsi di approfondimento su temi di marketing innovativi e di particolare rilevanza strategica. I corsi di approfondimento sono definiti anche in coerenza con le problematiche che gli allievi affrontano nella fase finale degli stage o project work svolti in collaborazione con le imprese partner.

MODULO V: *Stage o project work*

Il V Modulo, infine, è dedicato allo sviluppo di stage o project works, durante i quali gli allievi lavorano a progetti di natura "consulenziale" presso imprese di produzione di beni o di servizi. Il report finale concorre alla valutazione complessiva dell'allievo. Queste attività di progetto possono essere parte integrante di quelle già sviluppate nei moduli II e III.

Art. 2 – Il presente bando di concorso e tutti gli atti ad esso collegati, l'approvazione della graduatoria e gli 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 anche 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 **494 ore d'aula** (moduli didattici), **76 ore di testimonianze**, **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 (494 ore d'aula, 76 ore di testimonianze e 180 ore di project work) e superato le verifiche periodiche relative ai vari corsi di insegnamento.

Art. 5 – Il Master è aperto a coloro che siano in possesso di laurea o laurea specialistica/magistrale previste dagli ordinamenti didattici emanati ai sensi dei DD.MM. 509/99 e 270/04, nonché di diploma universitario o diploma di laurea previsto dal precedente ordinamento.

Diplomi di laurea del vecchio ordinamento:

Possono accedere al master laureati provenienti dagli ordinamenti previgenti al D.M. 509/99 dalle seguenti facoltà: Economia, Ingegneria, Scienze Matematiche Fisiche e Naturali, Scienze Politiche, Sociologia, Giurisprudenza, Lettere, Filosofia, Architettura, Agraria. Possono inoltre accedere laureati nelle seguenti discipline: Lingue e letterature straniere, Scienze Statistiche e Attuariali, Scienze della Comunicazione, Beni culturali; Scienze bancarie, finanziarie e assicurative.

Lauree (nuovo ordinamento):

Possono accedere tutti i laureati nuovo ordinamento ai sensi del D.M. 509/99 e 270/04 **ad esclusione** di quelli provenienti delle seguenti Classi di laurea triennali:

N° classe	Denominazione
1	Classe delle lauree in biotecnologie
3	Classe delle lauree in scienze della mediazione linguistica
6	Classe delle lauree in scienze del servizio sociale
12	Classe delle lauree in scienze biologiche
16	Classe delle lauree in scienze della Terra
18	Classe delle lauree in scienze dell'educazione e della formazione
21	Classe delle lauree in scienze e tecnologie chimiche
22	Classe delle lauree in scienze e tecnologie della navigazione marittima e aerea
24	Classe delle lauree in scienze e tecnologie farmaceutiche
27	Classe delle lauree in scienze e tecnologie per l'ambiente e la natura
33	Classe delle lauree in scienze delle attività motorie e sportive
34	Classe delle lauree in scienze e tecniche psicologiche
38	Classe delle lauree in scienze storiche
40	Classe delle lauree in scienze e tecnologie zootecniche e delle produzioni animali

Lauree specialistiche e/o magistrali:

Possono accedere tutti i laureati nuovo ordinamento ai sensi del D.M. 509/99 **ad esclusione** di quelli provenienti delle seguenti classi di laurea specialistiche:

Classe Descrizione

1/S	Classe delle lauree specialistiche in antropologia culturale ed etnologia
-----	---

2/S	Classe delle lauree specialistiche in archeologia
5/S	Classe delle lauree specialistiche in archivistica e biblioteconomia
6/S	Classe delle lauree specialistiche in biologia
7/S	Classe delle lauree specialistiche in biotecnologie agrarie
8/S	Classe delle lauree specialistiche in biotecnologie industriali
9/S	Classe delle lauree specialistiche in biotecnologie mediche, veterinarie e farmaceutiche
10/S	Classe delle lauree specialistiche in conservazione dei beni architettonici e ambientali
11/S	Classe delle lauree specialistiche in conservazione dei beni scientifici e della civiltà industriale
14/S	Classe delle lauree specialistiche in farmacia e farmacia industriale
39/S	Classe delle lauree specialistiche in interpretariato di conferenza
41/S	Classe delle lauree specialistiche in lingue e letterature afroasiatiche
46/S	Classe delle lauree specialistiche in medicina e chirurgia
47/S	Classe delle lauree specialistiche in medicina veterinaria
51/S	Classe delle lauree specialistiche in musicologia e beni musicali
52/S	Classe delle lauree specialistiche in odontoiatria e protesi dentaria
56/S	Classe delle lauree specialistiche in programmazione e gestione dei servizi educativi e formativi
58/S	Classe delle lauree specialistiche in psicologia
62/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze chimiche
65/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze dell'educazione degli adulti e della formazione continua
66/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze dell'universo
68/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze della natura
69/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze della nutrizione umana
72/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze delle religioni
74/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze e gestione delle risorse rurali e forestali
75/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze e tecnica dello sport
76/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze e tecniche delle attività motorie preventive e adattative
79/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze e tecnologie agro zootecniche
80/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze e tecnologie dei sistemi di navigazione
81/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze e tecnologie della chimica industriale
85/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze geofisiche
86/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze geologiche
87/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze pedagogiche
88/S	Classe delle lauree specialistiche in scienze per la cooperazione allo sviluppo
93/S	Classe delle lauree specialistiche in storia antica

94/S	Classe delle lauree specialistiche in storia contemporanea
95/S	Classe delle lauree specialistiche in storia dell'arte
96/S	Classe delle lauree specialistiche in storia della filosofia
97/S	Classe delle lauree specialistiche in storia medievale
98/S	Classe delle lauree specialistiche in storia moderna
99/S	Classe delle lauree specialistiche in studi europei
104/S	Classe delle lauree specialistiche in traduzione letteraria e in traduzione tecnico-scientifica

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 **31 luglio 2009** 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 il giorno **9 settembre 2009** nell'Aula 13 del Dipartimento di Economia Aziendale sito presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II – Complesso Universitario di Monte S. Angelo, via Cinthia, 80126 Napoli.

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 rinunciari.

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

100/104: 3

95/99: 2

≤ 94: 1

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 al colloquio orale 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 studio;

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 rinunciari.

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 rinunciari.

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 lì

Il Rettore
Guido Trombetti

Allegato 1: Modulo Domanda di Ammissione

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

Il/La sottoscritto/a _____ nato/a a _____ (prov.____) il __/__/____ e
residente in _____ (prov.____) alla via _____ n.____
c.a.p.____ tel____/____ e-mail _____ e
laureato/a in _____ con votazione _____ presso _____ il __/__/____

chiede di essere ammesso/a, per l'anno accademico 2009-2010, 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 sottoscritto/a dichiara di essere a conoscenza che le selezioni avranno inizio il giorno **9 settembre 2009** nell'Aula 13 del Dipartimento di Economia Aziendale sito presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II – Complesso Universitario di Monte S. Angelo, via Cinthia, 80126 Napoli.

Il /La sottoscritto/a dichiara, inoltre, di essere a conoscenza che per l'ammissione alla prova i candidati dovranno presentarsi muniti di un valido documento di riconoscimento.

Il/la sottoscritto/a 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 sottoscritto/a 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

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.