

Al Magnifico Rettore

**PROPOSTA DI ATTIVAZIONE DI CORSI MASTER E SHORT MASTER <sup>1</sup>**

Master Universitario di I livello	<input checked="" type="checkbox"/>
Master Universitario di II livello	<input type="checkbox"/>
Short Master Universitario	<input type="checkbox"/>

a) Titolo del corso **E-COMMERCE MANAGEMENT E STRATEGIE DIGITALI**

Titolo in Inglese

b) Proponente/Coordinatore del Corso

nome e cognome	Crocetta Corrado
ruolo	PO
tel.	805714755
fax	
e-mail	<a href="mailto:direttore.cirpas@uniba.it">direttore.cirpas@uniba.it</a>

c) Comitato Tecnico Scientifico del corso  
(non meno di 6, art.5 del Regolamento Master)

cognome e nome	funzioni/mansioni	struttura di afferenza	note
Crocetta Corrado	Direttore	CIRPAS	
Fornasari Alberto	RUC	UNIBA	
Palumbo Filomena	Docente	ESPERTO EST	
Santamato Vito Roberto	Docente	UNIBA	
Manuti Amelia	Docente	UNIBA	
Boezio Antonio	Docente	ESPERTO EST	

d) Denominazione ed indirizzo struttura/e universitarie  
proponente/i il corso <sup>2</sup>

Centro Interuniversitario di Ricerca "Popolazione, Ambiente e Salute"

e) a.a. di attivazione

2020/2021

f) pagina web del corso, (se attivata)

g) numero di corsisti ammissibili<sup>3</sup>

numero min:	10
numero max:	50

	<b>h) Quota d'iscrizione prevista</b> <i>(totale rate se previste)</i>		€ 7.500,00	

<b>i) Strutture e spazi per lo svolgimento delle attività didattiche</b>		Ente di Formazione Ges.for. piazza Umberto I, 58 - 70123 Bari				
<b>j) Sede, indirizzo della struttura didattica</b>		Ente di Formazione Ges.for. piazza Umberto I, 58 - 70123 Bari				
<b>k) Sede, indirizzo di eventuali altre sedi didattiche convenzionate<sup>4</sup></b>						
<b>l) Ragione sociale, indirizzo e legale rappresentante di Enti pubblici/privati, in convenzione per lo svolgimento del corso<sup>5</sup></b>		Never Before (Castellana), Push Studio (Noci), Brainpull (Conversano), Creame (Conversano), Mad Fever (Bisceglie), Arancia (Bari), Carucci e Chiurazzi (Bari), Sec Mediterranea (Bari), Lojacono e Tempesta (Bari), Pooya (Bari), Proforma (Bari), LaboratorioCom (Bari), Mosca Bianca (Bari)				
<b>m) Personale interno/esterno per l'organizzazione e la gestione amministrativa del Master</b>						
n°	Cognome	Nome	Funzioni/mansioni	Struttura di appartenenza	Impegno orario	
1	SCARANGELLA	ANNA	AMMINISTRAZIONE	partner esterno	50	
2	POMPILIO	GIOVANNI	AMMINISTRAZIONE	Partner esterno	50	
3	BRAY	ROSSANA	AMMINISTRAZIONE	CIRPAS	50	
4	TUTOR D'AULA				50	
5	TUTOR SCIENTIFICO				50	
<b>n) Eventuali agevolazioni economiche previste per gli studenti (finanziamenti/borse di studio)</b>						
Criteri di assegnazione	graduatoria di selezione		<input type="checkbox"/>			
	reddito (attestazione ISEEU)		<input type="checkbox"/>			
	merito - voto di laurea		<input type="checkbox"/>			
Finanziamento/borsa di studio a copertura totale del contributo d'iscrizione			<b>SI</b>			
Finanziamento/borsa di studio a copertura parziale del contributo d'iscrizione			<b>SI</b>			
numero totale di borse/finanziamenti						
<b>o) STAGE (minimo 500 ore)</b>						
<b>Soggetti ospitanti i corsisti per lo stage</b> <i>(soggetti che hanno manifestato disponibilità ad accogliere, di norma, gli allievi del corso)</i>						
Ragione sociale Soggetto ospitante			Indirizzo sede legale		n. allievi ospitabili	
VEDI ENTI CONVENZIONATI						
<b>o) Riproposizione di corsi Master già svolti in precedenza</b>						

corso disattivato da riattivare								
corso attivato da riproporre	<input type="checkbox"/>							
numero precedenti edizioni	<input type="checkbox"/>							
<b>p) approvazione del Consiglio di Dipartimento</b>	<b>Delibera del Consiglio del Centro del 15,01,2020</b>							
Solo per corsi/master di area medica è obbligatorio allegare autorizzazione rilasciata dalla Direzione Generale delle aziende/strutture ospedaliere. Ai fini dell'individuazione della copertura assicurativa di R.C. professionale medico assistente, il proponente dichiara che l'attività formativa e didattica prevista è prevalentemente di tipo:								
INVASIVA <input type="checkbox"/>				NON INVASIVA <input type="checkbox"/>				
<b>OBIETTIVI E ORGANIZZAZIONE DEL CORSO</b>								
<b>q) Analisi degli obiettivi e sbocchi occupazionali (In italiano ed in Inlgese)</b>								
<p>Nell'era dei social e del marketing 3.0, il mercato del lavoro è in costante ricerca di nuove figure professionali: tra queste spicca quella del Social Media Manager e dell'esperto nella creazione ed attivazione di portali e-commerce.</p> <p>Il digital marketing è un settore in costante crescita e diversificazione, che comprende tutte le attività di marketing condotte da un'impresa attraverso l'utilizzo degli strumenti e dei canali digitali, con il fine di creare una comunicazione interattiva e personalizzata in grado di aiutare l'impresa a sviluppare e fidelizzare maggiormente la propria base cliente.</p> <p>Data la sua importanza, non è scontato trovare figure che sappiano essere all'altezza della gestione della presenza di aziende, organizzazioni, professionisti e pubblica amministrazione sui Social Network e sul mercato web nazionale e internazionale.</p> <p>Il Master si propone di avviare un percorso multidisciplinare basato su competenze di strategia, organizzazione, comunicazione e marketing. I corsisti saranno affiancati da docenti in grado di accompagnarli all'acquisizione di valide abilità in materia di digital marketing e social media marketing. Le lezioni saranno improntate alla massima operatività, grazie ai numerosi laboratori di specializzazione.</p> <p>Al termine del master i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestire a 360° l'immagine social dell'organizzazione in cui entrerà a far parte;</li> </ul> <p>La struttura metodologica del Master è concepita per favorire una visione interdisciplinare delle aree tematiche affrontate, sviluppando progressivamente competenze specialistiche del settore. Per stimolare la motivazione all'apprendimento e favorire l'acquisizione stabile ed efficace delle competenze specialistiche e trasversali, la formazione manageriale parte dal presupposto che il discente debba essere il protagonista del processo di apprendimento, piuttosto che semplice fruitore passivo di nozioni.</p> <p>In the era of social media and marketing 3.0, the job market is constantly looking for new professionals: among these, the Social Media Manager and the expert in the creation and activation of e-commerce portals stand out.</p> <p>Digital marketing is a sector in constant growth and diversification, which includes all the marketing activities conducted by a company through the use of digital tools and channels, with the aim of creating an interactive and personalized communication able to help company to develop and retain its customer base more.</p> <p>Given its importance, it is not obvious to find figures who know how to live up to the management of the presence of companies, organizations, professionals and public</p>								

s) Organizzazione del Corso					
Lingua ufficiale del corso:	Italiano				
Frequenza settimanale full-time (lun-ven)	<input type="checkbox"/>				
Frequenza settimanale part-time (precisare nelle note)	<input checked="" type="checkbox"/>				
Frequenza fine settimana (precisare nelle note)	<input type="checkbox"/>				
Altro (specificare)					
<i>note: si concorderanno gli orari con i discenti.</i>					
Ore di attività formativa e relativi CFU			ore di attività per tipologia	ore di studio individuale	CFU tot.
Lezioni	( 1CFU= 7 ore frontali, di norma )		296	754,00	42,0
Laboratorio ed esercitazioni	Didattica assistita	( 1CFU=16 ore di esercitazioni, di norma )	64	36,00	4,0
Seminari	( 1CFU=20 ore di seminari, di norma )			0,00	0,0
Prove di valutazioni e verifiche intermedie	( 1 CFU = 25 ore di impegno complessivo )			0,00	0,0
Stage (durata minima 300 ore)	( 1 CFU = 25 ore di impegno complessivo )		300	0,00	12,0
Altre attività	( 1 CFU = 25 ore di impegno complessivo )			0,00	0,0
Prova finale, (almeno 3CFU)	( 1 CFU = 25 ore di impegno complessivo )		50	0,00	2,0
Totale			<b>710</b>	<b>790</b>	<b>60,00</b>
Prove di verifica intermedie	NO <input type="checkbox"/>				
	SI <input type="checkbox"/>				
Prova finale (obbligatoria)	elaborato scritto <input checked="" type="checkbox"/>		<i>Per sostenere l'esame finale è richiesta la presenza per almeno l'80% delle ore complessive del corso. Per l'esame finale è previsto un colloquio orale.</i>		
	altro (specificare ) <input type="checkbox"/>				
note:					
u) Titoli di studio richiesti per l'ammissione:					
Laurea Triennale	X	classe n.	TUTTE		
	denominazione				
Laurea Specialistica / Magistrale	X	classe n.	TUTTE		
	denominazione				
Laurea con ordinamento	X	classe n.	TUTTE		
	denominazione				
Diploma universitario	X	classe n.	TUTTE		
	denominazione				
DIPLOMA DI SCUOLA SUPERIORE					
	denominazione				
Titoli e requisiti preferenziali	<input type="checkbox"/>				
	denominazione				
Procedura di Iscrizione diretta <sup>7</sup>			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		

<b>Procedure di Selezione</b> (punteggio in centesimi e solo se non si opta per la procedura di iscrizione diretta)							
titolo		punteggio massimo		la selezione sarà effettuata solo al superamento del numero massimo			
curriculum e titoli		20		LT: max 5 punti		0,5 punti per ogni voto superiore a 100/110	
prova scritta				LVO, LM		5 punti	0
colloquio orale				Lode		5 punti	0
totale		<b>20</b>		PhD		5 punti	
<b>x) Uditori</b> (solo per corsi Master) <b>SI</b> <b>NO X</b>							
posti disponibili							
numero moduli aperti							
quota partecipazione/ modulo							
quota partecipazione/ totale							
<b>y) Partecipanti ai singoli moduli</b> (solo per corsi Master) <b>SI</b> <b>NO X</b>							
posti disponibili				<b>requisiti di accesso</b>			
quota di partecipazione							
<i>La seguente proposta può essere sottoposta agli Organi di Governo dell'Università degli Studi Aldo Moro di Bari solo se corredata di Piano Didattico e Piano Finanziario</i>							
				<b>Data</b>		<b>Firma del Proponente del corso</b>	
				02.09.2020		f.to Prof. Corrado Crocetta (la firma è omessa ai sensi dell'art. 3 D.Lgs 39/93)	
<b>Avvertenze:</b>							
<sup>1</sup> Ai sensi del vigente Regolamento per la disciplina dei corsi di Master Universitari, emanato con D.R.n. 2488 del 18.7.2014 .							
<sup>2</sup> Per strutture universitarie proponenti si intendono i Dipartimenti di didattica e di ricerca, le Scuole, i Centri definiti dall'art.55 dello Statuto dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro.							
<sup>3</sup> È il numero di allievi sulla base del quale viene predisposto il piano finanziario. Qualora non si raggiungesse il numero minimo di iscrिवibili, sarà cura del Coordinatore/Direttore richiedere l'autorizzazione a svolgere il Corso con un numero minimo di iscritti, riformulando il piano finanziario sugli iscritti effettivi, purché tale numero non pregiudichi il piano di fattibilità e sostenibilità del Corso stesso.							
<sup>4</sup> Per i Corsi di area medica va allegata alla proposta l'autorizzazione della Direzione Generale delle aziende o della strutture ospedaliere pubbliche o private allo svolgimento da parte degli allievi							

	del Master di tutte le attività cliniche, diagnostiche e strumentali, anche su pazienti, se previste nel programma formativo ed educativo.
	<sup>5</sup> La prova finale, a cui vanno attribuiti almeno 3 CFU, non è prevista per gli Short Master e non dà luogo a votazione specifica, ma solo a giudizio.
	<sup>6</sup> Il Comitato Tecnico Scientifico del Master è composto dal Coordinatore e da un numero non inferiore a sei membri, almeno la metà dei quali docenti universitari e ricercatori di ruolo dell'Ateneo. Il Comitato Tecnico Scientifico dell Short Master è composto dal Direttore e da un numero non inferiore a due membri.
	<sup>7</sup> È possibile prevedere l'iscrizione diretta ai Corsi di tutti coloro che, nei termini previsti dal bando, si siano immatricolati (giusta delibera del S.A. e del C.D.A. rispettivamente del 2.7.2013 relativa all'ottimizzazione delle procedure per l'ammissione ed iscrizione ai Master Universitari e ai Corsi di Formazione Finalizzata