

Decreto n. 3

Teramo, 23 gennaio 2020

IL PRESIDE

VISTO il D.P.R. 11 luglio 1980 n. 382 s.m.i.;

VISTA la L. 9 maggio 1989 n. 168 s.m.i.;

VISTO lo Statuto dell'Università di Teramo emanato con D.R. n.361 del 31 ottobre 2012;

VISTO il D.Lgs. 30 marzo 2001, n.165 s.m.i.;

VISTA la L. 30 dicembre 2010 n. 240 s.m.i.;

VISTO il Regolamento di Ateneo per il conferimento di incarichi di insegnamento emanato con D.R. n. 42 del 27 febbraio 2017;

VISTA la delibera del Consiglio della Facoltà di Scienze della Comunicazione adottata nella seduta del 15 gennaio 2020, con la quale, su proposta dei Corsi di Studio in Media, Arti, Culture e in Scienze della Comunicazione, è stata approvata l'istituzione/attivazione di corsi Workshop per il II semestre dell'A.A. 2019/2020, subordinatamente al raggiungimento, per ciascun corso, di un numero minimo di 5 preadesioni da parte degli studenti iscritti alla Facoltà;

ACCERTATO che i compensi da attribuire ai suddetti incarichi trovano copertura finanziaria sul Progetto CODI00012 – CONTRIBUTO DI FACOLTA' A.A. 2016/2017.

AVVISA:

E' emanato un bando per il conferimento degli incarichi relativi ai corsi Workshop, a carattere professionalizzante di cui all'allegato "A" al presente bando, previsti ad integrazione dell'attività didattica convenzionale deliberata dalla Facoltà di Scienze della Comunicazione all'interno dell'offerta formativa A.A. 2019/2020, da attribuire mediante affidamento di natura occasionale a carattere individuale temporaneo. Possono presentare domanda, per l'A.A. 2019/2020, coloro che siano in possesso di adeguati requisiti scientifici e professionali previsti dall'art. 23, comma 2 della L. 240/2010.

Sono di seguito indicati i corsi da attivare, di cui al richiamato All. A:

- 1) **Cultura e spettacolo: la comunicazione per i media:** obiettivo del workshop sarà formare la figura del comunicatore, una figura professionale che sappia portare all'attenzione dei media, tradizionali e nuovi, i beni culturali e gli eventi culturali: convegni, mostre di arti visive, spettacoli dal vivo (teatro, musica, danza, etc.), presentazioni editoriali, cinema, intrattenimento, etc. Il candidato dovrà quindi essere in grado di offrire agli studenti gli strumenti fondamentali per imparare a gestire l'attività di ufficio stampa in ambito culturale, articolando il corso intorno ad alcuni punti basilari: fondamenti della scrittura giornalistica per i media tradizionali e i new media; analisi del contenuto da comunicare, progetto e strategia di comunicazione; strumenti di comunicazione online e offline; redazione di un comunicato stampa; preparazione della cartella stampa; organizzazione della conferenza stampa; preparazione della rassegna stampa.
- 2) **Social presence: gestione e comunicazione del progetto culturale sul web:** obiettivo del workshop dovrà essere quello di insegnare agli studenti a capire le caratteristiche e le opportunità dei *social* come strumento di marketing e di relazione con il cliente. Il candidato dovrà quindi essere in grado di offrire agli studenti gli strumenti fondamentali per definire la *digital* e *social presence* del brand;



pianificare un'iniziativa di marketing utilizzando i *social media* e le *digital PR*; comprendere in linea generale le opportunità del Social Advertising (ADS); comprendere l'influenza che i social network e la reputazione online hanno sul processo di acquisto e, quindi, monitorare e analizzare la reputazione online, nonché definire il giusto set di indicatori di performance.

- 3) **Sceneggiatura, realizzazione e promozione di un cortometraggio:** obiettivo del workshop dovrà essere quello di fornire agli studenti i mezzi teorici e tecnici per comprendere le modalità di scrittura, ripresa e distribuzione di un audiovisivo breve. Il candidato dovrà quindi essere in grado di offrire ai partecipanti gli strumenti fondamentali di sceneggiatura, di produzione (con esempi concreti derivanti da esperienze di lavoro sul set) e di organizzazione di eventi culturali tesi a promuovere la conoscenza e la diffusione del cortometraggio (con esempi tratti dall'esperienza di direzione artistica di un festival o altro evento pubblico).
- 4) **Ideazione, produzione e promozione di uno spettacolo teatrale:** i partecipanti dovranno essere invitati a presentare un progetto di spettacolo prestando attenzione all'insieme degli elementi artistici e tecnici che concorrono alla composizione di una performance teatrale (il materiale di partenza, le motivazioni, la stesura del copione/partitura, autori e attori, gesti e azioni, musica e disegno del suono, scene, costumi, luci, utilizzo di tecnologia multimediale, ecc.). Il candidato, pertanto, in base al tema e alla relativa idea di messa in scena/regia, dovrà essere in grado di portare gli studenti a ragionare sul sistema e sugli strumenti di comunicazione da utilizzare per promuovere il prodotto artistico finale.
- 5) **Giornalismo di crisi:** Visti gli obiettivi professionalizzanti del workshop, il candidato dovrà dimostrare di aver sviluppato un'esperienza (possibilmente sul campo) in aree o situazioni socialmente, economicamente o politicamente difficili in modo da poter trasmettere modalità e problematiche della professione che si propongono in queste situazioni.
- 6) **Grafica: conoscenza di software tipo Canva e photoshop e di elementi di base dei linguaggi grafici per la pubblicità e per il marketing:** Visti gli obiettivi professionalizzanti del workshop, il candidato dovrà dimostrare di aver sviluppato un'esperienza sui linguaggi e le tecniche della grafica, sulla pubblicità e su alcuni software utili agli studenti per iniziare a sperimentare i fondamenti della materia (Photoshop, Canva, ecc.).
- 7) **Parlare in pubblico.**

L'istanza - allegato "B" - compilata in ogni sua voce, pena l'esclusione, dovrà essere corredata da copia fotostatica di un documento di identità in corso di validità; nonché dalla dichiarazione - allegato "C" - concernente i dati relativi all'assunzione di altre cariche presso Enti Pubblici o privati e di altri incarichi con oneri a carico della Finanza Pubblica (art.15 D.Lgs. n.33/2013) e dalla dichiarazione di insussistenza di situazioni, anche potenziali, di conflitto d'interesse - allegato "D" - (art. 53, comma 14, D.Lgs. n. 165/2001) ed indirizzata al Preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Teramo – Servizio Supporto Qualità e Didattica – Coste Sant'Agostino – 64100 Teramo.

La domanda potrà essere consegnata a mano presso gli uffici della Presidenza di Facoltà o l'ufficio Protocollo di Ateneo, secondo i seguenti orari di servizio: dal lunedì al venerdì dalle ore 9.00 alle ore 13.30, ovvero inviata tramite PEC all'indirizzo protocollo@pec.unite.it, **entro le ore 13,00 del giorno 4 FEBBRAIO 2020.**

Potrà inoltre essere spedita a mezzo posta raccomandata anticipata, che dovrà pervenire entro la predetta data di scadenza.



I candidati dovranno essere in possesso di adeguati requisiti scientifici e professionali comprovati dalla presentazione di un curriculum vitae in formato europeo e da un elenco dei titoli e delle pubblicazioni utili ai fini della valutazione comparativa, attinenti l'incarico di workshop per cui si concorre. Tali documenti dovranno essere allegati all'istanza.

Per l'assegnazione dei suddetti incarichi il Consiglio di Facoltà adotterà le proprie decisioni, sulla base delle risultanze acquisite da un'apposita Commissione, valutando e comparando:

- a) pubblicazioni scientifiche attinenti alle tematiche da trattare all'interno dei workshop messi a bando;
- b) attività didattica e scientifica svolta in relazione alle tematiche da trattare all'interno dei workshop messi a bando;
- c) esperienze professionali che abbiano attinenza con le tematiche da trattare all'interno dei workshop messi a bando;

Sarà inoltre valutato il criterio della continuità didattica.

L'incarico relativo ai Workshop di cui all'allegato "A", sarà retribuito solo se svolto in ossequio agli obblighi didattici previsti dalla normativa vigente.

Diritti e doveri degli incaricati:

1. Garantire l'erogazione di n. 20 ore di didattica frontale per corrispondenti 2 CFU. I workshop dovranno concludersi con la realizzazione di un project work coerente con l'attività formativa, coordinato dal titolare dell'incarico.
2. Gli incarichi decorrono dalla data dell'effettivo inizio dell'attività.
3. L'Ateneo provvede alla copertura assicurativa per infortuni e responsabilità civile verso terzi.

In ottemperanza alla citata delibera del Consiglio della Facoltà di Scienze della Comunicazione del 15 gennaio 2020, i corsi Workshop II semestre A.A. 2019/2020 saranno attivati solo al raggiungimento di un numero minimo di iscrizioni pari a cinque studenti della Facoltà per ciascun corso.

Il Titolare del trattamento dei dati personali è l'Università degli Studi di Teramo. Tutti i dati personali raccolti, inclusi quelli giudiziari, saranno trattati con e senza l'ausilio di strumenti elettronici, per l'espletamento delle attività istituzionali relative al presente procedimento e agli eventuali procedimenti amministrativi e giurisdizionali conseguenti (compresi quelli previsti dalla L. 241/90 sul diritto di accesso alla documentazione amministrativa), in modo da garantirne la sicurezza, l'integrità e la riservatezza e in conformità alle disposizioni previste dalla normativa vigente ed in particolare dal Regolamento UE 2016/679 e dal D.Lgs. 196/2003 e s.m.i. Per l'esercizio dei diritti, di cui al Capo III del Regolamento UE 2016/679, relativi alla presente procedura l'interessato potrà rivolgersi al Responsabile della protezione dei dati presso l'Università degli Studi di Teramo contattabile all'indirizzo mail rpd@unite.it.

Ai sensi dell'art. 5 della 241/90 e successive modificazioni e integrazioni, il responsabile del procedimento di cui al presente bando è la Dott.ssa Antonella Fioretti – Responsabile del Servizio Supporto Qualità e Didattica della Facoltà di Scienze della Comunicazione – Coste Sant'Agostino – 64100 Teramo - (tel. 0861/266020) email: afioretti@unite.it

Teramo, 23 gennaio 2020

IL PRESIDE
Prof. Christian Corsi



SCADENZA 4 FEBBRAIO 2020

FACOLTA' DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

BANDO WORKSHOP A.A. 2019/2020 - II SEMESTRE

CORSO DI STUDIO IN MEDIA, ARTI, CULTURE - LM65

DENOMINAZIONE WORKSHOP	ORE	CREDITI	COMPENSO LORDO
CULTURA E SPETTACOLO: LA COMUNICAZIONE PER I MEDIA	20	2	€ 500,00
SOCIAL PRESENCE: GESTIONE E COMUNICAZIONE DEL PROGETTO CULTURALE	20	2	€ 500,00
SCENEGGIATURA, REALIZZAZIONE E PROMOZIONE DI UN CORTOMETRAGGIO	20	2	€ 500,00
IDEAZIONE, PRODUZIONE E PROMOZIONE DI UNO SPETTACOLO TEATRALE	20	2	€ 500,00

CORSO DI STUDIO IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE - L20

DENOMINAZIONE WORKSHOP	ORE	CREDITI	COMPENSO LORDO
PARLARE IN PUBBLICO	20	2	€ 500,00
GIORNALISMO DI CRISI	20	2	€ 500,00
GRAFICA: CONOSCENZA DI UN SOFTWARE TIPO CANVA E PHOTOSHOP E DI ELEMENTI DI BASE	20	2	€ 500,00