



Università degli Studi di Napoli Federico II
Centro Interdipartimentale di Ricerca
Laboratorio di Urbanistica e di Pianificazione Territoriale
"Raffaele d'Ambrosio" (L.U.P.T.)



LUPT

CENTRO
INTERDIPARTIMENTALE
di RICERCA

SHINE APS ETS
*Service Hub for Innovation,
Networking and Excellence*

Corso di Formazione in "Social Media Marketing & Digital Engagement" anno 2025

Art. 1 Il Centro Interdipartimentale di Ricerca Laboratorio di Urbanistica e Pianificazione Territoriale "Raffaele d'Ambrosio" - L.U.P.T. dell'Università degli Studi di Napoli Federico II di concerto con l'Associazione "Service Hub for Innovation, Networking and Excellence", in acronimo SHINE, nell'ambito della Convenzione stipulata tra le suddette parti in data 14/02/2025 indice, per l'anno 2025, un concorso per l'ammissione di 80 (ottanta) candidati alla Sesta Edizione del Corso di Formazione in "Social Media Marketing & Digital Engagement" – SoMEN, riservato ai giovani, diplomati e laureati, che presenteranno domanda di partecipazione.

Il numero minimo di iscritti previsto per l'attivazione del corso è pari a 18 (diciotto), salvo diversa indicazione delle Parti.

Art. 2 Il presente bando di concorso e l'elenco dei candidati ammessi saranno divulgati attraverso il sito web de corso <https://www.socialmediamarketing-digitalengagement.com> e il sito web del Centro L.U.P.T. <http://www.lupt.unina.it>

Art. 3 Il corso in Social Media Marketing & Digital Engagement è finalizzato alla formazione e alla professionalizzazione di laureati, laureandi e diplomati. L'obiettivo è formare esperti nell'area digital marketing, nonché digital strategist e social media manager in linea con le dinamiche odierne delle aziende e la crescente richiesta di tali professionalità.

Art. 4 Il progetto formativo è articolato in una proposta di **massimo 12 settimane**, con frequenza obbligatoria **due giorni a settimana**, lunedì e giovedì (con possibilità di variazioni) dalle ore **14:00 alle ore 19:00**. Il corso di formazione sarà svolto nell'ambito del Laboratorio di Digital Customer Experience attivo presso il Centro L.U.P.T. - area Innovazione e Trasferimento Tecnologico - dell'Università degli Studi di Napoli Federico II e l'attività didattica si svolgerà prevalentemente in modalità telematica. L'attività formativa prevede, tra le altre, l'impegno dei discenti in attività di realizzazione di un project work (obbligatoria) che si svilupperà per tutta la durata del percorso formativo. Al fine di favorire l'incontro tra aziende e discenti, il corso promuove anche un'attività di tirocinio formativo della durata di max 2 mesi presso aziende partner del corso. Si precisa che il

tirocinio non costituisce un'attività obbligatoria del corso. L'accesso alle esperienze di tirocinio sarà valutato in base alla disponibilità delle imprese partner e alla coerenza del profilo curricolare dei candidati con le esigenze delle aziende.

Art. 5 Il costo di partecipazione al Corso di Formazione è pari a € 1.500,00 (millecinquecento/00).

Art. 6 Per essere ammessi al corso, gli aspiranti candidati devono far pervenire **esclusivamente mediante invio telematico all'indirizzo somenbootcamp@gmail.com entro le ore 24:00 del giorno 24/03/2025 la seguente documentazione:**

- Modulo di partecipazione al corso di ammissione, compilata ai sensi degli artt. 46, 75 e 76 del D.P.R. n° 445/2000 (si veda l'allegato 1 al presente bando).
- curriculum vitae;
- copia fotostatica fronte/retro di un valido documento di identità (da esibire in originale su richiesta).

Art. 7 La Commissione esaminatrice sarà formata da tre membri designati dal Direttore del Centro L.U.P.T., di cui uno sarà il responsabile Didattico con funzioni di Presidente. La commissione valuterà l'idoneità dei candidati in base ai loro curricula e a brevi colloqui conoscitivi che si terranno a distanza. Il punteggio massimo per ogni candidato sarà pari a 100 Punti. Alla valutazione del curriculum sarà riconosciuto un punteggio massimo di 70 punti, al colloquio orale un punteggio massimo di 30 punti. Ai candidati che avranno presentato regolare domanda saranno comunicati via e-mail il giorno e l'ora del colloquio. Quale oggetto del colloquio saranno valutate la motivazione alla partecipazione al corso, le conoscenze di base del candidato relative alle tematiche trattate nel corso e l'attitudine a lavorare in gruppo.

Art. 8 Al termine dei colloqui, la Commissione esaminatrice predisporrà l'elenco degli idonei. Saranno ritenuti idonei i candidati che avranno ottenuto un punteggio totale uguale o superiore a 55. L'elenco finale degli idonei sarà pubblicato sul sito web del corso (<https://www.socialmediamarketing-digitalengagement.com>).

Ai sensi dell'art. 3, comma 7, della L. 15 maggio 1997, n. 127, come modificato dall'art. 2 della L. 16 giugno 1998, n.191, se due o più candidati ottengono, a conclusione della procedura di valutazione, pari punteggio, è preferito il candidato più giovane d'età.

Art. 9 I candidati risultati vincitori dovranno presentare, entro e non oltre il giorno **27/03/2025**,

esclusivamente a mezzo e-mail all'indirizzo somenbootcamp@gmail.com, a pena di decadenza, la seguente documentazione:

1. modulo di iscrizione (allegato 2);
2. copia fotostatica fronte/retro di un valido documento di identità;
3. fotocopia di avvenuto versamento della prima rata del contributo di iscrizione pari a € 1.000,00 (mille/00).

Non saranno prese in considerazione documentazioni incomplete, inviate con modalità diversa da quella suindicata nonché quelle pervenute oltre il termine previsto.

Il pagamento della seconda rata, pari a € 500,00 (cinquecento/00), dovrà essere effettuato entro il giorno **27/04/2025**, secondo le stesse modalità.

Art. 10 Il contributo di iscrizione per gli ammessi al Corso dovrà essere pagato in due rate, nei termini indicati al precedente punto, tramite bonifico bancario alle seguenti coordinate: BANCA: Crédit Agricole Italia S.p.A, IBAN: IT34I0623040150000057373612 intestato a “Service Hub for Innovation, Networking and Excellence”, causale: “Corso SoMEN – Anno 2025 - Cognome Nome”.

Art. 11 Decorso il termine di cui all'art. 10, gli idonei che non avranno provveduto a presentare nei termini e nelle forme previste dall'articolo stesso la documentazione prescritta, si intenderanno rinunciatari all'iscrizione e perderanno definitivamente il diritto alla stessa. I posti che risulteranno vacanti saranno messi a disposizione dei candidati utilmente collocati nell'elenco degli ammessi.

Art. 12 L'inizio del corso di formazione è previsto (con possibilità di variazione, che sarà comunicata a mezzo mail) per il giorno **lunedì 31/03/2025**.

Lo svolgimento delle attività avverrà in maniera continuativa e la frequenza alle attività del corso è obbligatoria almeno per l'80% del totale dell'impegno orario previsto. Le attività formative offriranno ai partecipanti una conoscenza approfondita delle tematiche trattate sia dal punto di vista teorico che pratico, grazie alla presenza di docenti universitari e manager esperti. Sarà, inoltre, distribuito materiale didattico *uptodate* da utilizzare durante le lezioni per approfondire argomenti e strumentazioni.

I discenti saranno sottoposti a valutazioni individuali e di gruppo che si sostanzieranno nella presentazione dei lavori assegnati durante le esercitazioni e in test di autoapprendimento. A conclusione del corso i discenti dovranno sostenere una verifica finale che consisterà nella discussione del Project Work assegnato.

Art. 13 I candidati che non osserveranno tutte gli articoli del presente bando non avranno alcun

diritto di partecipare al processo di selezione o all'iscrizione.

Art. 14 Agli iscritti verrà rilasciato il certificato di frequenza e di superamento della prova di verifica finale della Sesta Edizione del Corso di Formazione in “Social Media Marketing & Digital Engagement” anno 2025.

Il Direttore del Centro LUPT

Prof.ssa  Marina Albanese

Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art. 3, comma 2, del D.Lgs. 39/93