

LA DIRETTRICE

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.535 del 13 settembre 2022;
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 degli incarichi nell'ambito della didattica emanato con D.R.n. 231 del 05/06/2026;
VISTA la delibera del Consiglio del Dipartimento di Scienze della Comunicazione adottata nella seduta del 15/07/2026, riguardante l'attivazione dei corsi workshop, anche in modalità di laboratori, per l'A.A. 2026/2027, I semestre;
ACCERTATO che i compensi da attribuire ai suddetti incarichi trovano copertura finanziaria sui fondi del Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Voce COAN CA.04.41.10.04.01 "Contratti di supporto alla didattica".

AVVISA:

è emanato un bando per il conferimento degli incarichi relativi ai corsi workshop/laboratori, a carattere professionalizzante, di cui all'allegato "A" al presente bando, previsti ad integrazione dell'attività didattica convenzionale deliberata dal Dipartimento di Scienze della Comunicazione all'interno dell'offerta formativa a.a. 2026/2027, da attribuire mediante affidamento di natura occasionale a carattere individuale temporaneo. Si tratta di incarichi conferiti quale supporto specializzato alla promozione delle ulteriori competenze (c.d. trainig staff, di cui all' art. 4 p.2 lett.b) del Regolamento di Ateneo per il conferimento degli incarichi nell'ambito della didattica citato in premessa).

Possono presentare domanda, per l'a.a. 2026/2027, 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 workshop/laboratori da attivare, comuni per tutti i Corsi di Studio del Dipartimento di Scienze della Comunicazione, di cui al richiamato All. "A":

LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

L'obiettivo del laboratorio è sviluppare tra gli studenti capacità di gestione dei differenti tipi di social media per attività di informazione, marketing, pubblicità e, più in generale, di comunicazione, creando, pubblicando e analizzando contenuti. Considerati gli obiettivi del laboratorio, il candidato dovrà dimostrare di possedere un'adeguata esperienza professionale nell'ambito del social media management, sia che abbia operato per imprese, oppure per organizzazioni della società civile o enti pubblici.

LABORATORIO ARTE E TERRITORIO

Il laboratorio esplora attraverso opportuni casi di studio il legame profondo e identitario tra l'arte e il territorio della città e della provincia di Teramo. L'attività didattica coniuga il lavoro in aula con l'osservazione diretta delle opere e dei contesti che le ospitano, lungo un arco di tempo che dal Medioevo giunge alla stretta contemporaneità. Il laboratorio offre agli studenti un'esperienza concreta e partecipata, capace da un lato di valorizzare il patrimonio artistico locale, dall'altro di rafforzare

negli studenti la consapevolezza del ruolo dell'arte nella costruzione della memoria collettiva e del paesaggio culturale.

LABORATORIO ELEMENTI DI DESIGN

Il laboratorio intende offrire un'introduzione al design, da intendersi come una componente essenziale nel moderno processo di progettazione di un qualsiasi oggetto industriale. Per farlo, si privilegia un approccio integrato, dove gli aspetti storico-teorici vanno d'accordo e si sposano con altri invece di ordine pratico e progettuale. Le conoscenze acquisite vengono applicate attraverso esercitazioni collaborative, finalizzate allo sviluppo di concept o moodboard in fase ideativa, ispirati al tema centrale di ciascuna lezione.

LABORATORIO REPUTATION LAB

Mediante approcci di "didattica attiva" il laboratorio contribuirà al raggiungimento di alcuni obiettivi generali del Corso di Studi quali, ad esempio, la centralità della reputazione e del brand nel processo di creazione del valore; la percezione delle azioni delle organizzazioni e il conseguente sviluppo del capitale reputazionale; nonché la misurazione della reputazione, anche nei nuovi contesti relazionali caratterizzati dall'impiego di applicazioni, smart technologies e altri ambienti digitali.

In relazione all'orizzonte professionale del Corso di Studi, il laboratorio contribuirà all'acquisizione delle seguenti competenze:

- Analizzare la percezione della reputazione e del posizionamento del brand.
- Valutare la coerenza della brand architecture rispetto agli obiettivi di sostenibilità.
- Sviluppare piani di gestione e monitoraggio della reputazione anche in ambienti digitali.
- Misurare l'impatto di campagne di marketing utilizzando KPI come engagement, sentiment, visibilità e fidelizzazione.
- Gestire le crisi reputazionali.

L'istanza in carta libera, All. "B", compilata in ogni sua voce pena l'esclusione, dovrà essere corredata da copia fotostatica di un documento di identità del dichiarante in corso di validità, nonché dalla dichiarazione, All. "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) **in versione PDF/A (PDF formato aperto), depurato da ogni dato personale (es. data di nascita, Codice Fiscale, indirizzi di residenza/domicilio, email personale, n. cellulare/recapiti fissi, firma, foto, ecc.),** da utilizzare per le pubblicazioni di legge ai fini della trasparenza, nonché dalla dichiarazione di insussistenza di situazioni, anche potenziali, di conflitto di interesse, All. "D" (art. 53, comma 14, D.lgs. n. 165/2001) e indirizzata alla Direttrice del Dipartimento di Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Teramo, Ufficio Didattica, Orientamento e Supporto Qualità– Coste Sant'Agostino – 64100 Teramo.

All'istanza dovrà essere allegato un *curriculum vitae* in formato europeo **in versione PDF/A (PDF formato aperto), depurato da ogni dato personale (es. data di nascita, Codice Fiscale, indirizzi di residenza/domicilio, email personale, n. cellulare/recapiti fissi, firma, foto, ecc.)** da utilizzare per le pubblicazioni di legge ai fini della trasparenza, ed un elenco dei titoli e delle pubblicazioni che il candidato riterrà utili ai fini della valutazione comparativa.

Ai fini dell'attribuzione dell'incarico, gli/le interessati/e dovranno presentare se dipendenti pubblici, ai sensi del D.Lgs.165/2001 art. 53, oltre alla documentazione sopra elencata, copia della comunicazione relativa allo svolgimento dell'incarico acquisita dalla propria amministrazione di appartenenza.

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

La domanda, con gli altri documenti previsti, dovrà essere spedita tramite PEC PERSONALE all'indirizzo **protocollo@pec.unite.it** e dovrà pervenire, a pena di esclusione, **entro e non oltre il giorno 02 settembre 2026**.

L'incarico relativo ai workshop/laboratori 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/laboratori 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.

Il contratto e il modulo delle condizioni generali di contratto ex art. 1341 e ss. cod. civ., dovranno essere sottoscritti dall'incaricato/a con congruo anticipo rispetto alla data di decorrenza dell'incarico tramite firma digitale CADES (file.p7m) e inviati a mezzo PEC personale all'indirizzo. **protocollo@pec.unite.it**.

Al fine di ottemperare agli adempimenti sopra previsti, il/la candidato/a vincitore/trice, qualora non ne sia già in possesso, dovrà dotarsi in tempo utile di firma digitale.

Ai sensi dell'art. 5 della L. 241/90 e successive modificazioni e integrazioni, il responsabile del procedimento di cui al presente bando è la Dott.ssa Maria Pia Cialfi, Responsabile Ufficio Didattica, Orientamento e Supporto Qualità–Dipartimento di Scienze della Comunicazione- Coste Sant'Agostino – 64100 Teramo (Tel. 0861/266020) email: mpcialfi@unite.it.

Trattamento dei dati personali.

Ai sensi del Regolamento UE 2016/679 i dati forniti saranno trattati dall'Università degli Studi di Teramo unicamente per le finalità di gestione della presente procedura in modo da garantirne la sicurezza, l'integrità e la riservatezza. Il titolare del trattamento è l'Università degli Studi di Teramo. Il conferimento dei dati è obbligatorio per la partecipazione alla selezione. In sede di raccolta dati all'interessato è fornita l'Informativa (All. "E") relativa al trattamento degli stessi ed è inoltre richiesta l'autorizzazione al trattamento dei dati. Qualora il conferimento dei dati richiesti al candidato nella domanda di partecipazione e la relativa autorizzazione al trattamento non fossero prestati si procederà all'esclusione dello stesso. Per l'esercizio dei diritti previsti dal 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 raggiungibile o tramite posta elettronica: rdp@unite.it oppure inviando una raccomandata A/R all'indirizzo: Università degli Studi di Teramo – Ufficio GDPR - via Renato Balzarini 1, 64100 Teramo. Il presente bando è pubblicato sul sito web di Ateneo. Gli estremi dell'atto di affidamento dell'incarico, unitamente al curriculum del vincitore, saranno pubblicati e consultabili nella Sezione Amministrazione trasparente del sito web di Ateneo.

Teramo, 23/07/2026

F.to LA DIRETTRICE
Prof.ssa Paola Besutti