

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MESSINA

Dipartimento di Civiltà antiche e moderne

Estratto del Verbale n. 40 p.10

Il giorno 21 novembre 2018, alle ore 15.00 nell'Aula Magna, si riunisce il Consiglio del Dipartimento di Civiltà antiche e moderne.

Presiede la seduta il Direttore, prof Giuseppe Giordano, svolge le funzioni di segretario verbalizzante la dott.ssa Giuseppa La Spada, segretario amministrativo.

Risultano assenti giustificati al Consiglio del Dipartimento del 29 ottobre 2018 i Proff.: Cobianchi R., Colicchi E., Davì M.F., de Capua P., Donà C., Fattorini G., Gorgone S., Linder J., Mollica M., Pomponio F., Rossi F., Ruggiano F., Santoro R., Scavuzzo C.

Risultano assenti in data odierna i Proff: Amato P., Benelli C., Caliri E., Cobianchi R., Colicchi E., D'Amico G., Davì M.F., Di Stefano A., Donà C., Forni G., Geraci M., Linder J., Miglino G., Mollica M., Montesano M., Mora F., Onorato M., Pira F., Pomponio F., Raffaele G., Rossi F., Ruggiano F., Sestini V., Siviero D., Torricelli P., Tramontano A., Villari S. e i rappresentanti degli studenti: Albarelli A., Aloï S., Basilicò S.A.A., Bucca S., Cabral M.G., Campanella G., Carò A., Farinella G., Lombardo A., Moio F., Stelitano M.B. e Terranova R..

Il Direttore constata la presenza del numero legale. Sono presenti, e assenti i Signori:

	PROFESSORI ORDINARI	Pr	A
1	BARBARA Maria Antonietta	X	
2	BOLOGNARI Mario	X	
3	CANNATA' Maria	X	
4	CASTRIZIO Daniele	X	
5	COLICCHI Enza		X
6	CUPAIUOLO Giovanni	X	
7	DE ANGELIS Alessandro	X	
8	DONA' Carlo		X
9	FEDELE Santi	X	
10	FERA Vincenzo	X	
11	FORNARO Pasquale	X	
12	GENSABELLA Marianna	X	

13	GIONTA Daniela	X	
14	GIORDANO Giuseppe	X	
15	LA TORRE Gioacchino Francesco	X	
16	LATELLA Fortunata	X	
17	LINDER Jutta		X
18	MALTA Caterina	X	
19	MONTESANO Marina		X
20	POMPONIO Francesco		X
21	RESTA Caterina	X	
22	ROSSI Fabio		X
23	SCAVUZZO Carmelo	X	
24	TORRICELLI Patrizia		X
25	VILLARI Susanna		X

	PROFESSORI ASSOCIATI	Pr	A
1	AMATO Pierandrea		X
2	CALIRI Elena		X
3	CAMBRIA Mariavita	X	
4	CAMPAGNA Lorenzo	X	
5	DAMIANO Luisa	X	
6	de CAPUA Paola	X	
7	DE MEO Pasquale	X	

8	FARAONE Rosa	X	
9	FONTANELLI Giuseppe	X	
10	GERACI Mauro		X
11	LOZZI GALLO Lorenzo	X	
12	MAGAZZU' Cesare	X	
13	MANDUCA Raffaele	X	
14	MANGIAPANE Stella	X	
15	MARCHESI Maria Serena	X	
16	MEGNA Paola	X	
17	MELIADO' Claudio	X	
18	MINUTOLI Diletta	X	
19	MOLLICA Marcello		X
20	MOLLO Fabrizio	X	
21	MONACA Mariangela	X	
22	MORA Fabio		X
23	PUGLISI Mariangela	X	
24	RACCUIA Carmela	X	
25	RAFFAELE Giovanni		X
26	SINDONI Maria Grazia	X	
27	SIVIERO Donatella		X
28	TAVIANO Stefania	X	
29	TRIPODI Bruno	X	

30	UCCIARDELLO Giuseppe	X	
31	URSO Anna Maria	X	

	RICERCATORI	Pr	A
1	BAGLIO Antonino	X	
2	BRANDIMONTE Giovanni	X	
3	CASINI Lorenzo	x	
4	CATALIOTO Luciano	X	
5	CENTORRINO Marco	X	
6	COBIANCHI Roberto		x
7	COSTANZO Giovanna	X	
8	D'AMICO Giovanna		X
9	DAVI' Maria Francesca		X
10	DI STEFANO Anita		X
11	FATTORINI Gabriele	X	
12	FORNI Giorgio		X
13	GARCIA RODRIGO Maria Luisa	X	
14	INGOGLIA Caterina	X	
15	MIGLINO Gianluca		X
16	OSTHAKOVA Tatiana	X	
17	PASSASEO Anna Maria	X	
18	PENNISI Feliciano	X	

19	PIRA Francesco		X
20	SANTAGATI Elena	X	
21	SANTORO Rosa	X	
22	SESTINI Valentina		X
23	SPAGNOLO Grazia	X	
24	TRAMONTANA Alessandra		X
25	TROZZI Adriana	x	

	RICERCATORI A TEMPO DETERMINATO	Pr	A
1	BENELLI Caterina		X
2	GORGONE Sandro	X	
3	ONORATO Marco		X
4	PARITO Mariaeugenia	X	
5	RUGGIANO Fabio		X
6	SALVATORE Roberta	X	
7	SPEZIALE Salvatore	X	
8	SIDOTI Rossana	X	

	SEGRETARIO AMMINISTRATIVO	Pr	A
1.	LA SPADA GIUSEPPA	x	

	RAPPRESENTANTE PERSONALE TIPOLOGIA 1	Pr	A
1.	MARIANO LUZIETTI	x	

	STUDENTI	Pr	A
1	ALBARELLI ANTONIO		X
2	ALOI SIMONE		X
3	BASILICO' SARA ASSUNTA AGOSTI		X
4	BUCCA STEFANIA		X
5	CABRAL MARY GRACE		X
6	CAMPANELLA GIOVANNI		X
7	CARBONE ANDREA	X	
8	CAROE' ANTONIO		X
9	FARINELLA GIORGIA		X
10	LOMBARDO ALBERTO		X
11	MOIO FABIANA		X
12	PALADINO CLAUDIO	X	
13	SCARFI' GRAZIELLA	X	
14	SGARANO VALERIA	X	
15	STELITANO MARIA BRUNA		X
16	TERRANOVA ROBERTO		X

Constatato il raggiungimento del numero legale,

si passa alla trattazione del seguente odg:

OMISSIS

10) Proposta attivazione Master di 1° livello e Corso di Perfezionamento in “Social Media Manager”.

Il Direttore informa che è stata presentata dal Prof. Marco Centorrino una proposta di attivazione del Master di I livello e Corso di Perfezionamento, per l’A.A. 2019/2020 in “*Social Media Manager*”. Il master e il corso di perfezionamento rispondono alle esigenze di formazione che si

pongono in un contesto sociale e in un mercato del lavoro riconfigurati dalla diffusione dei media digitali. Il corso di perfezionamento fornirà conoscenze e competenze di base, il master sosterrà lo sviluppo di un approfondito approccio strategico ai social media. Il Master con una durata di dodici mesi prevede un'attività formativa di 1.500 ore che consentono l'acquisizione di 60 CFU mentre il Corso con una durata di sei mesi prevede un'attività formativa di 625 ore che consentono l'acquisizione di 25 CFU. Il Direttore invita il prof. Centorrino a illustrare contenuti e scopi del Master al Consiglio.

Il Direttore dà, quindi, lettura della proposta, che qui di seguito viene riportata, nella quale si propongono:

- a) il Direttore:
prof. Giuseppe Giordano; P.O.; SSD M-FIL/06; Dicam
- b) i componenti interni del CTS:
prof. D'Amico Augusto, P.O.; SSD SECS-P/08; Economia
prof. De Meo Pasquale, P.A.; SSD ING-INF/05; Dicam
prof. Centorrino Marco; RU; SSD SPS/08; Dicam
prof. Pira Francesco; RU; SSD SPS/08; Dicam
prof. Parito Maria Eugenia; RU; SSD SPS/08; Dicam

**PROPOSTA DI ATTIVAZIONE
MASTER DI I LIVELLO E CORSO DI PERFEZIONAMENTO - A.A 2019-20**

(coerentemente alle linee guida del regolamento dei corsi di alta formazione dell'Università degli Studi di Messina)

<i>A. TITOLO DEL CORSO</i>
<p>- Master universitario di I livello in "Social Media manager"</p> <p>- Corso di Perfezionamento in "Social Media manager"</p>

B. STRUTTURA DI RIFERIMENTO	
Dipartimento -Centro interdipartimentale-	Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne
Data delibera di Dipartimento Approvazione Corso (da allegare al format)	21 novembre 2018

Sede del Corso	Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne
Strutture, attrezzature e spazi utilizzati per lo svolgimento dei corsi	Aule e Laboratorio informatico del Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne

C. ENTE DI GESTIONE

Interno (dipartimento/centro con autonomia di spesa)	Esterno (solo se co-proponente)
Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne	

D. TIPOLOGIA E DURATA DEL CORSO

RIEDIZIONE		NUOVA PROPOSTA	X
DURATA MESI	- Master: 12 mesi - Corso di Perfezionamento: 6 mesi		
NUMERO ORE DI FREQUENZA PREVISTO	- Master: 288 ore - Corso di Perfezionamento: 150 ore		
TOLLERANZA DELLE ASSENZE PREVISTA (non superiore al 25%)	- Master: 58 ore (20%) - Corso di Perfezionamento: 30 ore (20%)		
NUMERO CREDITI UNIVERSITARI RICONOSCIUTI	- Master: 60 CFU - Corso di Perfezionamento: 25 CFU		
DATA PRESENTAZIONE RELAZIONE FINALE EDIZIONE PRECEDENTE (da allegare al format)			

LINGUA	italiano
SITO WEB DEL MASTER	

E. PARTECIPANTI			
Numero minimo per l'attivazione	15	Numero massimo per l'attivazione (il numero, minimo e massimo, si riferisce, singolarmente, sia al Master al Corso)	25
Titoli di accesso	<p>- <u>Master</u>: Laurea triennale o vecchio ordinamento, ovvero titolo di livello superiore, in qualsiasi Classe di Laurea.</p> <p>- <u>Corso Perfezionamento</u>: Diploma di scuola media superiore</p>		
Altri requisiti di accesso			
Modalità di selezione	<p>La selezione avverrà sulla base del possesso dei requisiti esplicitati nel bando e sopra riassunti per Master e Corso di Perfezionamento, con facoltà di colloquio motivazionale. I requisiti prescritti devono essere posseduti alla data di scadenza del termine stabilito dall'apposito bando per la presentazione delle domande.</p> <p>- Qualora il numero delle domande risultasse superiore al numero di posti previsti per il Master, verrà organizzata una prova di selezione basata su test a risposta multipla. I quesiti riguarderanno competenze di base negli ambiti: teoria e tecniche della comunicazione; sistemi mediali e ICT.</p> <p>- Qualora il numero delle domande risultasse superiore al numero di posti previsti per il Corso di Perfezionamento, verrà organizzata una prova di selezione basata su test a risposta multipla. I quesiti riguarderanno competenze di base negli ambiti: tecniche della comunicazione; media digitali.</p>		

F. STRUTTURA ORGANIZZATIVA			
Numero dei Componenti del Comitato tecnico scientifico		5	
Componenti interni		5	
Cognome e Nome	qualifica	SSD	Dipartimento
D'Amico Augusto	PO	SECS-P/08	Economia
De Meo Pasquale	PA	ING-INF/05	Civiltà Antiche e Moderne
Centorrino Marco	RU	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne
Pira Francesco	RU	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne
Parito Maria Eugenia	RTD	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne

Direttore proposto:

Giordano Giuseppe	PO	M-FIL/06	Civiltà Antiche e Moderne
-------------------	----	----------	---------------------------

Coordinatore didattico proposto:

Pira Francesco	RU	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne
----------------	----	--------	---------------------------

Tutori n. 1**Ufficio di segreteria amministrativa**

Struttura: Segreteria amministrativa del Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne

Referente: dott.ssa Giuseppa La Spada (Segretario amministrativo del Dipartimento)

G. DESCRIZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO
--

Destinatari:

Il Master è indirizzato a: *a)* laureati orientati verso le professioni emergenti legate all'uso dei digital media; *b)* dipendenti/collaboratori di amministrazioni pubbliche operanti nei settori dell'informazione, del marketing e della comunicazione; *c)* operatori nei settori dell'informazione e della comunicazione che intendono approfondire conoscenze e competenze nei settori in espansione dei digital media.

Il Corso di Perfezionamento è indirizzato a persone in possesso del diploma di scuola superiore, che intendono acquisire conoscenze e competenze di base riguardo alla gestione dei social media.

Finalità del corso e adeguatezza al mercato del lavoro del processo formativo proposto:

Il Master e il Corso di Perfezionamento rispondono alle esigenze di formazione che si pongono in un contesto sociale e in un mercato del lavoro riconfigurati dalla pervasiva diffusione dei media digitali. Di fronte alla velocità dei cambiamenti di una società e di un'economia digitali, rispondere tempestivamente agli emergenti bisogni professionali significa fornire opportunità di inserimento nel mondo del lavoro ai giovani in cerca di prima occupazione e di crescita, attraverso l'aggiornamento delle competenze, a chi è già professionalmente attivo. Ciò è particolarmente importante in un territorio, come quello siciliano e calabrese, caratterizzato da persistente debolezza economica che, negli ultimi anni, ha visto crescere il numero sia di giovani laureati, soprattutto triennali, sia di adulti che decidono di trasferirsi in aree geografiche percepite come più attraenti dal punto di vista delle opportunità occupazionali. In pratica, la qualificazione professionale di quell'insieme di attività legate alla gestione strategica dei media digitali, in particolare dei social media – che è sempre più diffuso, ma spesso gestito in maniera improvvisata – può costituire un'innovativa opportunità di crescita lavorativa per le persone e, allo stesso tempo, può essere occasione di sviluppo del territorio.

Secondo l'edizione 2018 del rapporto Digital Economy & Social Index (DESI), infatti, l'Italia, continua a posizionarsi ai livelli più bassi rispetto ai Paesi dell'Ue (25 su 28), ed è critica, in particolare, la dimensione "Capitale umano", che include le competenze digitali di base e avanzate. È quindi necessario recuperare il gap di competenze rispetto ad altri Paesi, in settori che vanno dalla pubblica amministrazione (l'Ue ha

anche finanziato un progetto di riqualificazione delle competenze digitale per i dipendenti delle PA) alle piccole e medie imprese. Le competenze relative alla comunicazione digitale trovano campo di applicazione in moltissimi settori: dalla Pubblica amministrazione alla promozione turistica, dalla comunicazione politica alla comunicazione d'impresa.

Le competenze digitali sono trasversali agli ambiti disciplinari. La gestione strategica della comunicazione digitale richiede conoscenze e competenze che spaziano dalla configurazione del sistema mediale (media *mainstream* e social media) al modo di operare dei media giornalistici, dalle modalità di scrittura efficace al marketing, dall'etica della comunicazione al diritto dell'informazione. Si tratta, in definitiva, di comporre le coordinate concettuali per definire un approccio adeguato a comunicare efficacemente in un ambiente complesso.

Il Master e il Corso di Perfezionamento rispondono a questo contesto con due differenti livelli di approfondimento, in modo da venire incontro alle aspettative di persone con esigenze diverse.

Il Corso di Perfezionamento fornirà conoscenze e competenze di base, il Master sarà funzionale allo sviluppo di un approfondito approccio strategico ai social media.

Obiettivi specifici:

Il Master ha l'obiettivo di formare o riqualificare professionisti in grado di gestire le diverse fasi di una *social media strategy*, dalla progettazione alla gestione operativa: analisi del contesto, definizione degli obiettivi strategici e operativi, scelta degli strumenti, relazione con i media giornalistici, definizione dei codici comunicativi adeguati ai target, costruzione dei messaggi, verifica.

Il Corso di Perfezionamento ha l'obiettivo di formare persone in grado di progettare e gestire i contenuti dei social media in modo efficace.

Obiettivi formativi e di apprendimento:

Il Master fornirà gli strumenti concettuali e operativi necessari per progettare e gestire una social media strategy, tenendo conto della segmentazione dei target (che si spinge fino a prevedere forme di micro-targeting), degli usi sociali funzionalmente differenziati dei più diffusi social media (Fb, Instagram, Twitter, ecc.) e delle più

pervasive dinamiche dei social media (echo chambers, flaming, trolling, fake news, meme, ecc.). Si alterneranno fasi d'inquadramento teorico, analisi di casi di studio con professionisti del settore, esercitazioni pratiche. Il coordinamento tra le dimensioni teoriche e pratiche è finalizzato a fornire in maniera ampia e approfondita le competenze utili a operare nella molteplicità dei contesti in cui i social media strategist e i social media manager possono trovarsi ad agire.

Il Corso di Perfezionamento ha l'obiettivo di fornire strumenti concettuali e operativi di base.

Profilo professionale e sbocchi professionali e occupazionali :

Il Social Media manager rappresenta una figura professionale le cui competenze, oggi, sono richieste tanto nel settore pubblico, quanto in quello privato.

La gestione dei profili social di un ente o di un'azienda è attività sempre più necessaria sia nei processi di comunicazione pubblica sia nella gestione dei rapporti con gli utenti/clienti e nelle strategie di promozione.

Grazie alle competenze acquisite, coloro i quali completeranno il Master e – seppur a un livello più basso – il Corso di Perfezionamento, saranno di pianificare strategie di comunicazione e governare processi informativi.

Potranno operare, altresì, all'interno del settore giornalistico, con specifico riferimento alla diffusione e pubblicizzazione di notizie.

Saranno in grado, poi, di proporsi nel mercato pubblicitario e di partecipare alla pianificazione e realizzazione delle campagne.

H. ARTICOLAZIONE ED ORGANIZZAZIONE DIDATTICA DEL CORSO

Descrizione del piano didattico:

Il piano di studi del Master prevede 1.500 ore di attività formativa, che consentono l'acquisizione di 60 CFU, articolate in:

- 264 ore di attività didattica frontali (44 CFU)
- 24 ore di seminari (4 CFU)
- 150 ore per attività di stage/tirocinio (6 CFU)

- 150 ore per redazione e discussione dell'elaborato finale (6 CFU);
- 912 ore per studio individuale e attività di project work su un argomento specifico, assistito da uno dei docenti

Il piano di studi del Corso di perfezionamento prevede 625 ore di attività formativa, che consentono l'acquisizione di 25 CFU, articolate in:

- 126 ore di attività didattica frontali (21 CFU)
- 24 ore di seminari (4 CFU)
- 475 ore per studio individuale; attività di project work su un argomento specifico, assistito da uno dei docenti; redazione e discussione dell'elaborato finale

Per entrambi, oltre alle ore d'aula, lo studio individuale verterà su esercitazioni, predisposizione progetti, ecc..

Tipologia e modalità di svolgimento di verifiche intermedie e della prova finale:

Il Master prevede verifiche intermedie sotto forma di esercitazioni. La prova finale consisterà nella redazione e discussione di un elaborato, con il supporto di uno dei docenti del corso, che dovrà prevedere l'analisi di un caso di studio scelto dal candidato.

Il Corso di Perfezionamento prevede verifiche intermedie sotto forma di esercitazioni. La prova finale consisterà nella redazione e discussione di un breve elaborato, con il supporto di uno dei docenti del corso, che costituisca un approfondimento di uno dei temi trattati in aula.

Carico di docenza interna

Master: 174 ore

Corso di Perfezionamento: 84

Schema dell'articolazione didattica del corso (sequenzialità degli argomenti, attinenza ai vari settori scientifico-disciplinari, tempo dedicato a ciascun modulo, eventuali CFU):

Organizzazione didattica Master

N.	Modulo	Obiettivi formativi specifici e contenuti	SSD	Ore frontali	CFU
1	<i>Fondamenti di teoria della comunicazione, e di sviluppo dei media</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Principi della comunicazione (6 ore) - La rivoluzione digitale (6 ore) - Informazione e Comunicazione in Rete (6 ore) - Social Media Communication (12 ore) - Consumer e Prosumer (6 ore) 	<i>SPS/08</i>	36	6
2	<i>Media digitali e social media</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Teorie e Tecniche dei media digitali (6 ore) - Facebook (6 ore) - Twitter e Linkedim (6 ore) - Instagram e Youtube (6 ore) - Diritto dell'informazione in ambiente digitale (12 ore) 	<i>SPS/08</i> <i>IUS/01</i>	36	6
3	<i>Digital marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Fondamenti di social media marketing (18 ore) - Progettazione del piano di marketing digitale (12 ore) - Devices digitali e strumenti per il micro-targetting (6 ore) - Marketing territoriale e Social Media (6 ore) 	<i>SECS-P/08</i>	42	7

4	<i>Analisi degli ambienti digitali</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Analisi delle reti sociali (12 ore) - Sentiment analysis (6 ore) - Come funzionano i motori di ricerca (6 ore) - Search engine optimization (12 ore) - Big data analysis (6 ore) 	<p>SECS-S/05</p> <p>ING-INF/05</p>	42	7
5	<i>Campi di applicazione: social media e trasformazione dei processi organizzativi</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Giornalismo digitali, misinformation e fake news (12 ore) - Pubblica Amministrazione social (12 ore) - Comunicazione politica e Social Media campaign (12 ore) - Web comunicazione sociale per il Terzo Settore (6 ore) - L'ufficio stampa digitale (6 ore) - Il piano di comunicazione digitale (12 ore) 	<p>SPS/08</p> <p>SPS/11</p>	60	10
6	<i>Progettazione e costruzione dei contenuti</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Scrivere per i Social Media (12 ore) - Lo storytelling (12 ore) - Processi cognitivi della comunicazione (6 ore) - Cultura visuale (6 ore) - Strategie visuali (12 ore) 	<p>L-FIL-LET/12</p> <p>L-ART/06</p> <p>M-FIL/05</p>	48	8
TOTALE				264	44

SEMINARI		
DENOMINAZIONE	CFU	ORE
La social comunicazione d'impresa	1	6
Online Advertising e Web presence	1	6
La comunicazione creativa sui social	1	6
Come scrivere un giornale on line	1	6
TOTALE SEMINARI	4	24
TOTALE PRESENZE LEZIONI e SEMINARI	48	288

Organizzazione didattica Corso di Perfezionamento

N.	Modulo	Obiettivi formativi specifici e contenuti	SSD	Ore frontali	CFU
1	<i>Fondamenti di teoria della comunicazione, e di sviluppo dei media</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Principi della comunicazione (6 ore) - La rivoluzione digitale (6 ore) - Informazione e Comunicazione in Rete (6 ore) - Social Media Communication (12 ore) - Consumer e Prosumer (6 	<i>SPS/08</i>	36	6

		ore)			
2	<i>Media digitali e social media</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Teorie e Tecniche dei media digitali (6 ore) - Facebook (6 ore) - Twitter e Linkedim (6 ore) - Instagram e Youtube (6 ore) - Diritto dell'informazione in ambiente digitale (12 ore) 	<i>SPS/08</i> <i>IUS/01</i>	36	6
3	<i>Digital marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Fondamenti di social media marketing (18 ore) - Progettazione del piano di marketing digitale (18 ore) - Devices digitali e strumenti per il micro-targetting (6 ore) 	<i>SECS-P/08</i>	42	7
4	<i>Analisi degli ambienti digitali</i>	- Analisi delle reti sociali (12 ore)	<i>SECS-S/05</i> <i>ING-INF/05</i>	12	2
TOTALE				126	21

SEMINARI		
DENOMINAZIONE	CFU	ORE
La social comunicazione d'impresa	1	6
Online Advertising e Web presence	1	6
La comunicazione creativa sui social	1	6
Come scrivere un giornale on line	1	6
TOTALE SEMINARI	4	24
TOTALE PRESENZE LEZIONI e SEMINARI	25	150

I. ATTIVITÀ DI STAGE

	Struttura	Obiettivi formativi specifici e contenuti	Ore	CFU
1	Fondazione Fiumara d'Arte	Affiancamento nell'attività di gestione dei flussi informativi, attraverso canali social.	150	6
2	Parco dei Nebrodi		150	6
3	Comune di Capo d'Orlando		150	6
4	Adimmagine Srl		150	6
5	Comune di Pachino		150	6

6	AVIS Regionale Calabria		150	6
7	Asd CUS UniMe		150	6
8	Fondazione “Città solidale” Onlus		150	6
9	Associazione “S. Stefano” Onlus		150	6
10	AICS Comitato Sicilia		150	6
11	Comune di Rosolini		150	6

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITÀ:

Gli studenti, sotto la guida di un tutor aziendale, affiancheranno i professionisti del settore in tutte quelle attività che riguardano la gestione dei flussi informativi, attraverso canali social.

L'attività sarà supervisionata da un docente/tutor, assegnato dal coordinatore didattico del corso.

Gli studenti saranno suddivisi in base al numero degli enti/aziende disponibili.

RUOLO SOGGETTO OSPITANTE IN FASE DI SELEZIONE TIROCINANTI:

Il soggetto ospitante dovrà presentare al coordinatore didattico un quadro delle attività svolte dall'ente/azienda nel campo della comunicazione attraverso canali social, così che lo stesso coordinatore possa individuare il docente/tutor più idoneo.

Il soggetto ospitante, tuttavia, non avrà alcun compito di selezione.

L. IN CASO DI PROPOSTA DI RIEDIZIONE

CAPACITÀ DI ATTRAZIONE DEL MASTER

Numero min. e numero max. posti previsti

Numero domande pervenute	
Elenco studenti iscritti (indicare Ateneo di provenienza)	
Eventuali studenti stranieri	
Numero studenti ritirati	
Numero uditori	

RISULTATI PROCESSO FORMATIVI	
Crediti acquisiti	
Elenco studenti che hanno conseguito il titolo e relativa valutazione	
Elenco studenti che non hanno conseguito il titolo	

EFFICACIA ESTERNA PERCORSO FORMATIVO	
Esiti occupazionali riscontrati nel medio periodo. (1 anno per i master attivi da più anni)	
Esiti occupazionali riscontrati nel lungo periodo. (2 anno per i master attivi da più anni)	
Valutazione della formazione da parte dei corsisti	
Eventuali opinioni aziende/impres sul grado di preparazione degli allievi ospitati durante l'attività di stage	

M. PIANO FINANZIARIO PREVENTIVO
--

MASTER

USCITE DEL CORSO	
Totale personale docente per attività formative	€ 20.800,00
Totale personale docente per attività organizzative e gestionali (tutors)	€ 1.500,00
Compenso organi del Corso	€ 0
Rimborsi spese	€ 2.500,00
Totale funzionamento e servizi	€ 3.200,00
Totale dei costi del corso	€ 28.000,00 (A)

QUOTE DOVUTE ALL'UNIVERSITÀ	
5% del costo di partecipazione al Corso: (€ 93,33 x N. 15 iscritti previsti)	€ 1.400,00
10% del costo di partecipazione al Corso: (€186,66 x N. 15 iscritti previsti)	€ 2.800,00
Totale quote dovute all'Università	€ 4.200,00 (B)

TOTALE USCITE DEL CORSO	€32.200,00	(C=A+B)
--------------------------------	-------------------	----------------

ENTRATE PREVISTE	
Quote d'iscrizione	€ 28.000,00
Quote Dovute all'Università (se previste separate dalla quota di iscrizione)	€ 4.200,00
Enti Finanziatori/Sponsorships	€ 0

Altri contributi	€ 0
Totale entrate del Corso	€ 32.200,00

TOTALE ENTRATE	TOTALE USCITE
€ 32.200,00	€ 32.200,00

CORSO DI PERFEZIONAMENTO

USCITE DEL CORSO	
Totale personale docente per attività formative	€ 9.000,00
Totale personale docente per attività organizzative e gestionali (tutors)	€ 1.200,00
Compenso organi del Corso	€ 0
Rimborsi spese	€ 400,00
Totale funzionamento e servizi	€ 1.580,00
Totale dei costi del corso	€ 12.180,00 (A)

QUOTE DOVUTE ALL'UNIVERSITÀ	
5% del costo di partecipazione al Corso: (€ 93,33 x N. 15 iscritti previsti)	€ 609,00
10% del costo di partecipazione al Corso: (€186,66 x N. 15 iscritti previsti)	€ 1.218,00
Totale quote dovute all'Università	€ 1.827,00 (B)

TOTALE USCITE DEL CORSO	€ 14.007,00 (C=A+B)
--------------------------------	----------------------------

Quote dovute all'Università

ENTRATE PREVISTE	
Quote d'iscrizione	€ 12.180,00
Quote Dovute all'Università (se previste separate dalla quota di iscrizione)	€ 1.827,00
Enti Finanziatori/Sponsorships	€ 0
Altri contributi	€ 0
Totale entrate del Corso	€ 14.007,00

TOTALE ENTRATE	TOTALE USCITE
€ 14.007,00	€ 14.007,00

N. Informazioni per eventuali comunicazioni dell'ufficio centrale			
Tipologia	Cognome e Nome	Telefono	E-mail
Docente di riferimento	Prof. Francesco Pira	Tel: 090 6766464 cell:	fpira@unime.it
Referente amministrativo	Dott.ssa Giuseppa La Spada	Tel: 090 6766353 cell:	giuseppa.laspada@unime.it

Il Responsabile dell'Ente proponente

Messina, _____/_____/

Il Direttore, pertanto, pone in votazione la proposta di attivazione del progetto del Master di I livello e del Corso di Perfezionamento denominati “Social Media Manager”Il Consiglio approva. Estratto del presente verbale verrà inviato al Direttore del Corso perché provveda a presentarlo insieme a tutta la documentazione richiesta agli uffici competenti entro i termini previsti.

Il Direttore dà lettura della verbalizzazione del punto 10); il Consiglio approva.

OMISSIS

Non essendoci altri punti all'o.d.g., il Direttore sottopone all'approvazione del Consiglio il verbale, già approvato nei suoi singoli punti, per quanto riguarda gli orari di inizio e fine e l'elenco delle presenze; il Consiglio approva.

La seduta è tolta alle ore 16.10

Firmato
Il Segretario

Firmato
Il Direttore

È copia conforme all'originale
Messina, 22 novembre 2018
Il Direttore
Prof. Giuseppe Giordano