



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Prot. n. 309 dell'8 aprile 2020

BANDO N. 5/2020 DATA PUBBLICAZIONE 08/04/2020 DATA SCADENZA 23/04/2020

SELEZIONE ESTERNA PER L’AFFIDAMENTO DI N. 14 INCARICHI DI LAVORO AUTONOMO IN FORMA DI COLLABORAZIONE COORDINATA E CONTINUATIVA - AI SENSI E PER GLI EFFETTI DEGLI ARTICOLI 2222 E SEGUENTI DEL CODICE CIVILE, DELL’ARTICOLO 104 DEL REGOLAMENTO DI ATENEO PER L’AMMINISTRAZIONE, LA FINANZA E LA CONTABILITÀ E DEL VIGENTE REGOLAMENTO DI ATENEO PRESSO IL DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT (selezione esterna n. 5/2020).

Il Direttore del Dipartimento di Management

- Visto l’art. 74 c.4 dello Statuto dell’Università degli Studi di Torino;
- Visti gli artt. 2222 -2230 del Codice Civile;
- Visto l’art. 7, co. 6 del D. Lgs. 30-3-2001 n. 165;
- Visto l’art. 50, comma 1, lett. c bis) del D.P.R. 22/12/1986 n. 917 (T.U.I.R. sulle imposte sui redditi);
- Visto l’art. 104 del vigente Regolamento per la Finanza, l’Amministrazione e la Contabilità;
- Visto il vigente Regolamento dell’Università degli Studi di Torino per il conferimento di Incarichi esterni di lavoro autonomo ai sensi dell’art. 7, co. 6 del D. Lgs. 165/2001;
- Visto l’art. 18, comma 1, punti b) e c) della L. 30/12/2010 n. 240;
- Visto che nel progetto è previsto l’individuazione di 14 unità di personale per attività di progettazione e didattica;
- Vista la delibera del Consiglio di Dipartimento n. 2020/III/A/8.07 del 27 marzo 2020;
- Visto l’esito negativo della ricerca di personale di cui alla selezione interna n. 5/2020 pubblicata in data 31 marzo 2020;
- Considerata la sussistenza dei presupposti, con particolare riferimento all’autonomia e professionalità che giustificano il ricorso ai rapporti di collaborazione coordinata e continuativa previsti dalla Circolare n. 2/2008 del Dipartimento della Funzione Pubblica;
- Tenuto conto della disponibilità finanziaria;
- Valutato ogni opportuno elemento,

DECRETA

Art. 1

Istituzione e durata dell’incarico

È indetta una procedura di valutazione comparativa per titoli, finalizzata al conferimento di n. 14 incarichi di collaborazione coordinata e continuativa per attività di progettazione e didattica nell’ambito del Progetto SMAQ “Strategie di Marketing per l’Agroalimentare di Qualità 2018-2021” finanziato da Fondazione CRC così come specificato al successivo articolo 2.

Il contratto avrà la durata indicata all’articolo 2 e la relativa efficacia decorrerà dal momento dell’avvenuta pubblicazione sul sito istituzionale dell’Ateneo, ai sensi dell’art. 3, comma 18, della legge finanziaria 2008 (L. 244/2007).



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Art. 2

Oggetto della collaborazione e specifiche degli incarichi

La struttura di riferimento per lo svolgimento degli incarichi è il Dipartimento di Management, che ha la necessità di far eseguire l'attività di progettazione in collaborazione con gli altri docenti e didattica avvalendosi di **n. 14 unità**.

L'incarico inizierà non appena terminate le procedure di selezione e si concluderà il 31 luglio 2020.

La collaborazione, coordinata dal docente responsabile del progetto SMAQ, sarà espletata personalmente dal candidato selezionato, in piena autonomia, senza vincolo di subordinazione, in via non esclusiva.

Tenuto conto del carattere continuativo e coordinato della prestazione da svolgere, l'incaricato potrà utilizzare i locali e le attrezzature messe a disposizione dalla struttura.

Il Dipartimento di Management garantisce parità di trattamento e pari opportunità tra uomini e donne per l'accesso al lavoro ed il trattamento sul lavoro.

Art. 3

Requisiti di ammissione e conoscenze richieste

N.	Attività e unità didattica	Durata incarico	Requisiti	Ulteriori attività richieste	Compenso
1	La strategia digitale. L'elaborazione di una strategia digitale definita ed efficace: obiettivi, strumenti e metodologi	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 650,00
2	La strategia digitale. L'elaborazione del budget: investimenti efficaci e razionalizzazione dei costi	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 750,00
3	La strategia digitale L'e-commerce: trappole e opportunità del nuovo canale di vendita. L'e-commerce di terzi e di proprietà: costi e opportunità a confronto	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 900,00
4	La strategia digitale. La strategia digitale: analizzare come si colloca l'azienda rispetto ai cambiamenti legati all'ambiente, alla sostenibilità, ai nuovi significati del cibo e della sua produzione. Ricostruire come vuole essere e apparire oggi l'azienda, quale valore vuole creare per il cliente e la comunità e come intende costruire la sua immagine interna ed esterna in relazione alle identità dei territori di riferimento.	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 650,00
5	La strategia digitale. La strategia digitale: valutare e misurare il riconoscimento del mercato e le opportunità	aprile –	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con	€ 650,00



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

N.	Attività e unità didattica	Durata incarico	Requisiti	Ulteriori attività richieste	Compenso
	di interazione, posizionamento e crescita. Studiare la voce dei consumatori con specifiche applicazioni. Interpretare linguaggi e rappresentazioni in rapporto all'offerta e all'immagine aziendale, di fatto riflessa nel mercato. Impostare l'elaborazione di strategie adeguate e coerenti di miglioramento della cultura e dei processi aziendali e di valorizzazione dei punti di forza dell'azienda e del territorio	luglio 2020	dell'attività e unità didattica	gli altri docenti	
6	Il marketing e la comunicazione digitale La profilazione e la conoscenza del cliente offline (e online): modelli e modalità di utilizzo Identificare il cliente: chi hai di fronte? Chi è il cliente tipo che servi (consumatore finale, b2b, entrambi)?	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 650,00
7	Il marketing e la comunicazione digitale La profilazione e la conoscenza del cliente offline (e online): modelli e modalità di utilizzo Identificare il cliente: chi hai di fronte? Chi è il cliente tipo che servi (consumatore finale, b2b, entrambi)?	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 650,00
8	Il marketing e la comunicazione digitale La profilazione e la conoscenza del cliente offline (e online): modelli e modalità di utilizzo Identificare il cliente: chi hai di fronte? Chi è il cliente tipo che servi (consumatore finale, b2b, entrambi)?	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 650,00
9	Il marketing e la comunicazione digitale I social media e i blog: nuove opportunità e modalità di utilizzo per potenziare l'interazione con i clienti e la loro co-produzione di beni e servizi. Le nuove sfide della comunicazione interna: coinvolgimento nei processi aziendali, apprendimento e miglioramento continuo. Come funzionano i social media, i blog e come possono essere sfruttati in base ai clienti che si hanno (intercettare i bisogni digitali)	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 600,00
10	Il marketing e la comunicazione digitale I social media e i blog: nuove opportunità e modalità di utilizzo per potenziare l'interazione con i clienti e la loro co-produzione di beni e servizi. Le nuove sfide della comunicazione interna: coinvolgimento nei processi aziendali,	aprile – luglio	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 600,00



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

N.	Attività e unità didattica	Durata incarico	Requisiti	Ulteriori attività richieste	Compenso
	apprendimento e miglioramento continuo. Come funzionano i social media, i blog e come possono essere sfruttati in base ai clienti che si hanno (intercettare i bisogni digitali)	2020			
11	Il marketing e la comunicazione digitale I social media e i blog: nuove opportunità e modalità di utilizzo per potenziare l'interazione con i clienti e la loro co-produzione di beni e servizi. Le nuove sfide della comunicazione interna: coinvolgimento nei processi aziendali, apprendimento e miglioramento continuo. Come funzionano i social media, i blog e come possono essere sfruttati in base ai clienti che si hanno (intercettare i bisogni digitali)	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 600,00
12	Il marketing e la comunicazione digitale I social media e i blog: nuove opportunità e modalità di utilizzo per potenziare l'interazione con i clienti e la loro co-produzione di beni e servizi. Le nuove sfide della comunicazione interna: coinvolgimento nei processi aziendali, apprendimento e miglioramento continuo. Come funzionano i social media, i blog e come possono essere sfruttati in base ai clienti che si hanno (intercettare i bisogni digitali)	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 600,00
13	Il marketing e la comunicazione digitale La raccolta e l'analisi dei dati dei consumatori attraverso sito internet La raccolta e l'analisi dei dati dei consumatori attraverso i social media (Facebook, Twitter, Instagram) Comprendere quali dati si possono raccogliere e analizzare su sito e sui social; avere un profilo di chi va online e il comportamento dell'utente sullo spazio digitale	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 650,00
14	Privacy Privacy: adeguamento e gestione dei dati nel rispetto delle norme in vigore	aprile – luglio 2020	> Laurea magistrale >Competenze e conoscenze nella materia oggetto dell'attività e unità didattica	> Progettazione dell'attività didattica in collaborazione con gli altri docenti	€ 750,00

Laddove la didattica sia erogata in presenza sarà riconosciuto il rimborso delle spese per raggiungere la sede di erogazione delle lezioni.

Art. 4 Incompatibilità



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Il contratto per la collaborazione in oggetto non può essere stipulato con:

- il personale dell'Università degli Studi di Torino;
- i soggetti cessati volontariamente dal servizio presso l'Università degli Studi di Torino con diritto alla pensione anticipata di anzianità (art. 25 L. 23/12/1994 n. 724);
- i soggetti che siano cessati volontariamente dal servizio presso altro Ente pubblico o privato con diritto alla pensione anticipata di anzianità e che abbiano avuto con l'Università degli Studi di Torino rapporti di lavoro od impiego nei cinque anni precedenti a quello di cessazione (art. 25 L. 23/12/94 n. 724);
- coloro che hanno un grado di parentela o di affinità, fino al quarto grado compreso, con un professore appartenente alla struttura didattica ovvero con il rettore, il direttore generale o un componente del consiglio di amministrazione dell'ateneo, ai sensi dell'art. 18 co. 1 lett. b) e c) delle Legge n. 240/2010;
- in tutti gli altri casi previsti dalla legge.

Art. 5

Natura giuridica del contratto

La prestazione di cui al presente bando si configura quale lavoro autonomo, in forma di collaborazione coordinata e continuativa di cui all'art. 50 comma 1, lettera c-bis del D.P.R. 917/86 con l'obbligo di eseguire la prestazione personalmente in autonomia tecnica ed organizzativa, senza vincolo di subordinazione.

Il contratto stipulato non dà luogo a diritti in ordine all'accesso nei ruoli dell'Università, né costituisce titolo per valutazioni o riconoscimenti giuridici ed economici ed è soggetto alle incompatibilità di legge.

Nel caso in cui il contratto di collaborazione coordinata e continuativa sia affidato ad un professionista abituale¹ all'atto della stipula del contratto dovrà produrre copia di adeguata documentazione assicurativa per responsabilità civile e infortunio.

Art. 6

Compenso e modalità di pagamento

Ai vincitori della selezione pubblica verrà corrisposto il compenso lordo percipiente indicato all'art.3, secondo la normativa vigente al momento del pagamento del compenso.

Il pagamento dell'importo previsto avverrà in un'unica soluzione, al termine dell'attività prevista di tutoraggio individualizzato e supporto alla didattica, previa dichiarazione scritta da parte del responsabile del Progetto, che attesti l'effettivo e regolare svolgimento dell'attività prevista e su presentazione di idonea documentazione fiscale, ove richiesta (nel caso di co.co.co resa da professionista abituale).

La spesa dei contratti è da imputare ai fondi del Dipartimento di Management derivanti dal progetto SMAQ "Strategie di Marketing per l'Agroalimentare di Qualità 2018-2021" finanziato da Fondazione CRC (progetto: CULF_CT_DID_20_01).

Art. 7

Domanda e termine

Il presente bando è pubblicato, sul sito Web www.unito.it alla voce "Albo di Ateneo", alla voce "Università e Lavoro – Opportunità ed esperienze di lavoro – Concorsi e selezioni – Incarichi

¹ Professionista abituale: chi svolge una professione in materia attinente all'oggetto del presente contratto di co.co.co.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

professionali e collaborazioni” e sul sito del Dipartimento di Management (<http://www.management.unito.it>), alla voce “Bandi – Selezioni esterne”.

La domanda deve essere presentata esclusivamente on line, utilizzando il modulo disponibile al seguente link: <https://forms.gle/jmPNhHppbABYKPe77>

Si avvisano i/le candidati/candidate di prestare attenzione al seguente iter di trasmissione della domanda di partecipazione.

La non corretta compilazione del modulo on line costituisce motivo di esclusione dalla selezione.

La presentazione delle candidature on line chiuderà alle ore 12:00 (ora locale) del giorno 23 aprile 2020. Si avvisano i candidati che, una volta ricevuto via mail il modulo di registrazione della domanda, devono completare la trasmissione stampando la suddetta mail, firmarla e caricarla scansionata nella sezione 3 della domanda selezionando “modifica risposta” (entro il limite della scadenza del bando).

Si fa presente che la suddetta trasmissione è riferita solo e unicamente al modulo di registrazione della domanda e per eventuali comunicazioni. Per eventuali modifiche alla domanda ovvero per aggiungere file allegati si deve effettuare una modifica del modulo dalla mail di notifica cliccando su “modifica risposta” (entro il limite di scadenza del bando).

Per informazioni in merito alla procedura di compilazione della domanda è disponibile il seguente indirizzo di posta elettronica: didattica.economiamanagement@unito.it.

La presentazione della domanda di partecipazione alla selezione di cui al presente avviso ha valenza di piena accettazione delle condizioni in esso riportate, di piena consapevolezza della natura autonoma del rapporto lavorativo, nonché di conoscenza e di accettazione delle norme dettate nel presente bando.

Nella domanda di ammissione i/le candidati/candidate dovranno dichiarare sotto la propria responsabilità, pena l’esclusione dalla selezione, quanto appresso specificato:

- 1) il proprio nome e cognome, la data e il luogo di nascita;
- 2) la residenza;
- 3) il domicilio eletto ai fini della selezione;
- 4) la cittadinanza posseduta;
- 5) il comune nelle cui liste elettorali risultano iscritti o i motivi della mancata iscrizione o della cancellazione dalle liste medesime;
- 6) di non aver riportato condanne penali passate in giudicato, né avere procedimenti penali in corso che impediscono, ai sensi delle vigenti, disposizioni, la costituzione di rapporto di lavoro con la Pubblica Amministrazione;
- 7) di non trovarsi in situazione, anche potenziale, di conflitto di interesse con l’Ateneo di Torino;
- 8) il possesso dei requisiti di cui all’art. 3 del presente Avviso di Selezione;
- 9) godimento dei diritti civili e politici;



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

L'Amministrazione non assume responsabilità in caso di irreperibilità del/della destinatario/destinataria e/o per la dispersione di comunicazioni dipendente da inesatta indicazione del recapito da parte del concorrente oppure da mancata o tardiva comunicazione del cambiamento dell'indirizzo indicato nella domanda.

La domanda di partecipazione dovrà essere corredata di:

- 1) fotocopia di un valido documento di riconoscimento in corso di validità;
- 2) i documenti e titoli che l'aspirante ritenga opportuno presentare nel proprio interesse, agli effetti della valutazione da parte della Commissione giudicatrice per la formulazione della graduatoria;
- 3) curriculum vitae datato e firmato, da cui si evinca in modo preciso il possesso dei requisiti richiesti (titoli culturali ed esperienze professionali).

Non verranno presi in considerazione eventuali titoli o documenti pervenuti dopo il termine ultimo per la presentazione delle domande alla selezione.

Non verranno inoltre prese in considerazione le domande:

- inoltrate oltre i termini e con modalità diverse da quelle previste nel presente articolo;
- in cui manchi la sottoscrizione del modulo di registrazione della domanda;
- con dati anagrafici mancanti o insufficienti;
- in cui non sia indicato il numero della selezione cui si intende partecipare.

Art. 8

Modalità di selezione

La selezione degli aspiranti sarà effettuata sulla base della valutazione dei titoli.

La composizione della commissione giudicatrice sarà resa nota sul sito del Dipartimento di Management (<http://www.management.unito.it>).

La selezione sarà effettuata secondo il giudizio della Commissione Giudicatrice che stabilirà l' idoneità o meno di ogni candidato e formerà la graduatoria di merito, che sarà resa pubblica sul sito Web www.unito.it alla voce "Albo di Ateneo", alla voce "Università e Lavoro – Opportunità ed esperienze di lavoro– Concorsi e selezioni – Incarichi professionali e collaborazioni" e sul sito del Dipartimento di Management (<http://www.management.unito.it>).

Art. 9

Affidamento dell'incarico

I candidati che risulteranno vincitori verranno convocati per la sottoscrizione del contratto e gli adempimenti conseguenti.

I collaboratori avranno diritto ad accedere alla struttura e fruire dei servizi ivi esistenti per lo svolgimento della propria attività e sarà tenuto/a ad uniformarsi ai regolamenti ed alle norme di sicurezza in vigore nella struttura stessa. I collaboratori dovranno rispettare tali misure e eseguire le indicazioni operative relative alla specificità della Struttura cui farà riferimento.

In caso di inosservanza delle norme di cui sopra, il Responsabile della struttura potrà disporre l'immediata risoluzione del contratto.

Art. 10



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Trattamento dei dati personali

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 - Informazioni sul trattamento dei dati personali - si informa che l'Università degli Studi di Torino – sede legale Via Verdi 8 10124 Torino è il Titolare del Trattamento, il cui rappresentante legale è il Magnifico Rettore pro tempore. Il Responsabile della Protezione dei Dati (RPD) o Data Protection Officer (DPO) – Capo IV Sezione 4 del Regolamento UE 2016/679 - è contattabile attraverso i seguenti recapiti: indirizzo di posta elettronica certificata (PEC) di UniTo: ateneo@pec.unito.it. oppure e-mail: rpd@unito.it. L'Università tratta i dati per finalità istituzionali connessi alla selezione e alla stipula dell'eventuale contratto. Ai fini della valutazione comparativa il conferimento dei dati è obbligatorio; pena esclusione dalla selezione. I dati conferiti potranno essere comunicati per fini indicati dalla Legge ad altri Enti pubblici per la gestione del contratto - e ai Responsabili esterni del trattamento di cui l'Ateneo si avvale per tale gestione. Si informa che, ai sensi del Testo Unico sulla Trasparenza (D.Lgs. 33/2013), i dati del candidato potranno essere pubblicati online sul Portale di Ateneo e potranno essere indicizzati dai comuni motori di ricerca. L'Ateneo si avvale di fornitori esterni alcuni dei quali con Sede legale in Paesi extraeuropei che implicano trasferimenti di dati in paese terzo per erogare servizi (in particolare si informa che i candidati risultanti idonei avranno, tramite l'Ateneo, un profilo account con i relativi servizi di Google LLC per i quali sono state adottate idonee misure di garanzia). I dati conferiti dai candidati idonei saranno conservati per 10 anni dalla stipula del contratto. I candidati possono fare valere i propri diritti sui dati (diritto di accesso, rettifica, cancellazione, limitazione al trattamento, opposizione), come previsto dagli artt. 15-23 del Regolamento UE 2016/679 sopra citato, nei confronti dell'Università degli Studi di Torino. Gli interessati possono comunque proporre reclamo all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali: www.garanteprivacy.it. Il Responsabile del trattamento è il Direttore del Dipartimento di Management.

Art. 11

Norma finale

Per tutto quanto non previsto dal presente bando si fa riferimento alla normativa vigente, allo Statuto dell'Università di Torino e ai Regolamenti di Ateneo.

Torino, li 8 aprile 2020

Il Direttore del Dipartimento di Management
F.to Prof.ssa Francesca Culasso

Il presente documento è conforme al documento originale ed è prodotto per la pubblicazione sul Portale istituzionale nella modalità necessaria affinché risulti fruibile dai software di ausilio, in analogia a quanto previsto dalla legge sull'accessibilità. Il documento originale con le firme autografe è a disposizione presso gli uffici della struttura competente.