BANDO DI SELEZIONE

per l'ammissione al Corso di Istruzione Tecnica Superiore dal titolo

Marketing Manager 2

acronimo **MA.MA 2**

Area Tecnologica 8 SERVIZI ALLE IMPRESE E AGLI ENTI SENZA FINE DI LUCRO

Ambito 8.1 - Servizi alle imprese

Figura Nazionale: 8.1.2 "Tecnico superiore per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione delle imprese"

Il corso è finanziato dal PR FSE + 2021-2027 Asse 4 Attività 4. F.2 e inserito nell'ambito di Giovanisì (www.giovanisi.it), il progetto della Regione Toscana per l'autonomia dei giovani (Finanziato con D.D. n.14894 del 02/07/2026).

La Fondazione Istituto Tecnologico Superiore ITS Academy indice un avviso per l'ammissione al corso di Istruzione Tecnica Superiore denominato "MARKETING MANAGER 2" rivolto a n. 25 allievi in possesso di diploma di istruzione secondaria di II grado per il conseguimento del Diploma di "Tecnico superiore per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione delle imprese" corrispondente al V livello del Quadro Europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente (EQF). Il corso ha lo scopo di formare figure altamente qualificate nelle aree dei servizi alle imprese e agli enti senza fine di lucro. Il percorso è sviluppato per consentire un efficace e rapido inserimento nel mercato del lavoro locale, nazionale e internazionale.

Art. 1 - Destinatari e requisiti di ammissione

Il corso è rivolto a 25 giovani, di età fino a 35 anni (non compiuti al momento dell'invio della domanda di iscrizione al percorso ITS) in possesso di un diploma di scuola di istruzione secondaria superiore o che hanno frequentato un percorso quadriennale di istruzione e formazione tecnica professionale (IEFP) integrato da un percorso di istruzione e formazione tecnica superiore IFTS della durata di 1 anno.

Art. 2 - Finalità del Corso

Il progetto "MARKETING MANAGER 2" ha come obiettivo la formazione di 25 Tecnici superiori per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione delle imprese. Il progetto persegue, perciò, gli obiettivi della figura 8.1.2 di "Tecnico superiore per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione delle imprese", Area 8 "Servizi alle imprese e agli enti senza fini di lucro",

Ambito “8.1 – Servizi alle imprese”, di cui DM 203 del 20/10/2023, All. 1.

Le macro-competenze in esito saranno:

Definire, pianificare e valutare azioni di comunicazione, promozione dell’azienda o di specifici prodotti, individuando e valorizzando tecnologie, mezzi di comunicazione e promozione, contenuti digitali e off line efficaci, in relazione alle caratteristiche del brand/prodotto/servizio e al budget assegnato (media strategy e communication mix) anche al fine di promuovere la soddisfazione e la fidelizzazione del cliente.

Analizzare la strategia di comunicazione aziendale, decodificando le scelte compiute in funzione di caratteristiche dei prodotti/servizi offerti, comportamento d’acquisto dei consumatori, tendenze del mercato e strategia di marketing.

Analizzare i concorrenti e individuare la Unique Selling Proposition (USP) su cui si basa la strategia di posizionamento e differenziazione della comunicazione aziendale.

Individuare il posizionamento, i destinatari, gli stakeholder, il messaggio e gli aspetti chiave da assumere, al fine della predisposizione del piano operativo di comunicazione.

Raccogliere gli elementi per la elaborazione della Brand Identity da promuovere unitamente alla Brand Awarness.

Promuovere l’utilizzo e la valorizzazione aziendale di strumenti e processi digitali per la generazione e fruizione di conoscenza condivisibile a supporto dei processi di digital management, monitorare la corrispondenza dell’andamento del progetto al piano predisposto, rilevare la customer satisfaction ed elaborare risultati.

Raccogliere e analizzare i dati massivi per la definizione e la segmentazione dei target ed elaborare la reportistica.

Individuare le priorità, le strategie, gli strumenti e i metodi per promuovere e rafforzare la social brand identity e per posizionare il prodotto anche nei mercati internazionali.

Promuovere e curare la progettazione e realizzazione di fiere, stand ed eventi anche di portata internazionale per promuovere l’intera filiera in stretto rapporto con enti territoriali e nazionali.

Definire e gestire i Key Performance Indicator (K.P.I) interni (audit) ed esterni (performance), rilevando, reperendo e interpretando i dati statistici sulla gestione dei processi e dei prodotti proponendo interventi di miglioramento continuo nel rispetto dei criteri adottati per garantire la sostenibilità dei prodotti finali proposti.

Sbocchi occupazionali

- ✓ Addetto Marketing e Comunicazione
- ✓ Addetto Strategie di Marketing Aziendale
- ✓ Addetto allo Sviluppo del Business Internazionale
- ✓ Media Planner
- ✓ Social Media & Content Creator

Art. 3 -Struttura e caratteristiche del percorso

Il percorso prenderà avvio in data **10 NOVEMBRE 2026** con termine previsto entro il mese di giugno 2028 e avrà una durata complessiva di 1.800 ore di cui 900 di stage.

Il Corso si avvale di docenti qualificati provenienti per almeno il 60% del monte orario complessivo dal mondo del lavoro e delle professioni oltre che dal mondo dell'Università e della Ricerca.

Le attività formative si svolgeranno dal lunedì al venerdì con moduli didattici della durata giornaliera compresa tra 6 e 8 ore. Lo stage sarà realizzato presso aziende e centri di ricerca del settore e si svolgerà secondo l'orario lavorativo della struttura ospitante. Durante i periodi di tirocinio o di stage l'orario sarà quello dell'azienda presso la quale si svolge l'attività.

La frequenza alle attività didattiche e allo stage è obbligatoria; un numero di assenze pari o superiore al 20% delle ore totali del percorso determina non ammissibilità all'esame finale.

I percorsi ITS prevedono un numero di allievi pari a 25. I percorsi potranno essere avviati con un numero di allievi non inferiore a 20, numero minimo previsto dalle norme nazionali vigenti in materia.

Per i candidati ammessi ai percorsi ITS della Fondazione ITS SATI sono previste misure di sostegno economico nelle modalità di borse di studio.

Al fine di favorire la proficua partecipazione al percorso, la Fondazione potrà prevedere un contributo al rimborso delle spese di vitto e alloggio per gli studenti che siano residenti a più di 50 km di distanza dalla sede del corso, con le modalità e termini che verranno stabilite e comunicate dalla Fondazione.

Le modalità di assegnazione delle borse di studio e dei rimborsi, i requisiti di accesso, i criteri di valutazione e le modalità di erogazione saranno definiti e comunicati agli studenti frequentanti mediante appositi bandi, avvisi e regolamenti.

Art. 4 – sedi di svolgimento

Le attività d'aula si svolgeranno ad Arezzo presso la sede operativa di Via Newton 34/36/40.

Art. 5 - Contenuti principali del programma didattico

I moduli didattici sono riuniti in UFC (Unità Formative Capitalizzabili) che permettono l'analisi e il riconoscimento dei crediti formativi, sia in ingresso al percorso, che in uscita dallo stesso.

UF N°	Denominazione UF (primo anno)	N° ore
1	**Le relazioni in ambito lavorativo** Lavorare in team - Le relazioni con il cliente	20
2	**Il mondo del lavoro** Diritto del lavoro, contrattualistica e sviluppo imprenditoriale	8
3	**L'Azienda** Sicurezza aziendale; Il GDPR; Modelli organizzativi aziendali	32
4	**Competenze linguistiche** Inglese livello B2; Inglese tecnico	50
5	**Nuove competenze per il lavoro sostenibile** Economia circolare e etica nuove tecnologie; Lo Sviluppo Sostenibile - Agenda 2030 e Agenda digitale	20
6	**Le strategie di impresa - Tecniche di marketing** Strategie di impresa e scenari di mercato; marketing strategico e tecniche di branding; il mercato, gli stakeholder e l'analisi dei competitor	120
7	**Economia e management** Strategie di imprese e processi aziendali; Introduzione alla gestione economica.	50
8	**Competenze digitali** Competenze digitali per il business (programmi e software di pianificazione, elaborazione dati e sviluppo banche dati); Introduzione alla big data analysys	50
9	**Intelligenza artificiale** Intelligenza artificiale e sviluppi operativi in ambito marketing	40
10	**Comunicazioni e relazioni per il business** Comunicazione interna ed esterna; Tecniche di vendita e gestione dei conflitti.	70
11	**Marketing digitale** Social media marketing; Tecniche di Digital storytelling e graphic design	80
12	**Import/export** Tecniche e processi amministrativi Import/export	40
13	**Project management** Tecniche di project management	20
	STAGE Stage in azienda	300

UF N°	Denominazione UF (secondo anno)	N° ore
1	**La comunicazione in lingua inglese** La comunicazione in lingua inglese per il business	**24**
2	**Comunicazioni e relazioni per il business** Relazioni commerciali	**36**
3	**Elementi di budgeting controllo e finanza** Tecniche di budgeting e costing; I sistemi finanziari aziendali	**30**
4	**Marketing digitale** Campagne pubblicitarie on line; Introduzione all'e-commerce; Project work: sviluppo di campagna di promozione in mercati internazionali	**60**
5	**Internazionalizzazione e country analysis** Country analysis -tecniche e strumenti internazionali di ricerca; L'analisi dei mercati europei, asiatici ed americani; Project work: analisi di sviluppi commerciali in casi paese	**90**
4	**Project management** Il piano di progetto, la struttura organizzativa e gli strumenti informatici; Project work: sistema di programmazione e pianificazione di un progetto di sviluppo commerciale	**60**
	STAGE Stage in azienda	**600**

Art. 6 - Commissione di esame finale e verifica delle competenze acquisite

Il diploma conseguito, a seguito del superamento dell'esame finale, corrisponde al V livello del Quadro Europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente (EQF) e costituisce titolo per l'accesso ai pubblici concorsi ai sensi del Decreto Interministeriale n. 246 del 19 dicembre 2023.

Saranno ammessi alle prove di verifica finale gli studenti che abbiano frequentato il corso per almeno l'80% delle ore complessivamente erogate e abbiano una valutazione del percorso di studi per un punteggio minimo di 6 punti e massimo di 10 punti, effettuata dal Comitato Tecnico Scientifico, tenendo conto degli esiti delle verifiche intermedie nonché degli esiti del tirocinio formativo o stage aziendale svolti nel corso delle attività formative, compresa l'attività di stage.

Art 7 - Certificazione finale

Diploma di "Tecnico superiore per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione delle imprese" con indicazione della specializzazione del corso in "MARKETING MANAGER 2", sarà rilasciato dal Ministero dell'Istruzione e del Merito, sulla base dei modelli adottati ai sensi del decreto attuativo di cui all'articolo 6, comma 2, e all'articolo 5, comma 2, della legge n. 99/2022, previo superamento di un esame di verifica finale delle competenze acquisite dagli studenti che avranno frequentato il percorso per almeno l'80% della sua durata complessiva con esito positivo.

Il diploma conseguito, a seguito del superamento dell'esame finale, corrisponde al V livello del Quadro Europeo delle

qualifiche per l'apprendimento permanente (EQF) e costituisce titolo per l'accesso ai pubblici concorsi ai sensi dell'art. 5, comma 2, della Legge 15/07/2022 n. 99 ed è riconosciuto a livello europeo.

Art 8 - Crediti universitari riconosciuti

Sulla base dei regolamenti didattici delle Università potranno essere riconosciuti crediti formativi (CFU) dei moduli didattici svolti nel percorso (D.M. n. 247 del 19/12/2023). In merito si rinvia alla normativa vigente.

Art. 9 - Riconoscimento Crediti Formativi in ingresso

Al momento dell'iscrizione al corso è possibile presentare richiesta di riconoscimento di crediti formativi riferibili a competenze pregresse maturate sia all'interno del sistema dell'istruzione che in quello della formazione-lavoro.

La valutazione sarà fatta sulla base dei seguenti criteri:

1. Analisi dati curriculari (titoli di studio, eventuali percorsi di formazione svolti, esperienza lavorativa desumibile da contratto di lavoro)
2. Eventuale somministrazione di prove, in relazione alla tipologia di know-how da riconoscere, laddove non desumibile completamente dalle evidenze documentali.

Secondo la natura degli obiettivi formativi, si potrà procedere al riconoscimento parziale o totale dei crediti formativi richiesti.

Art. 10 - Termini e modalità di iscrizione

L'ammissione alla selezione di partecipazione al corso ITS "MARKETING MANAGER 2" - "Tecnico superiore per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione delle imprese" è subordinata alla presentazione di:

1. **domanda di iscrizione** redatta su apposito modulo reperibile sul sito web di ITS SATI ACADEMY (www.its-sati.it);
2. **copia fronte/retro di un documento di identità in corso di validità e del Codice Fiscale;**
3. **copia del diploma di Scuola Secondaria Superiore** con relativa valutazione o attestazione sostitutiva di diploma rilasciato dall'Istituto Scolastico (se il diploma fosse momentaneamente indisponibile è possibile effettuare una dichiarazione sostitutiva di certificazione spuntando l'apposita casella presente nella domanda di ammissione alla selezione del corso ITS).
4. **Curriculum Vitae** redatto secondo il formato europeo, sottoscritto e datato.

La domanda firmata dovrà essere inviata secondo una delle seguenti modalità:

- mediante l'invio di una **mail** all'indirizzo seguente: arezzo@its-sati.it;
In questa modalità tutti i documenti dovranno essere scansionati e inviati come allegati al messaggio di posta elettronica. Il messaggio e-mail dovrà contenere il cognome e il nome del candidato e avere il seguente oggetto: "Domanda di Partecipazione all'avviso di selezione del corso ITS "MA.MA 2".

- spedita con **raccomandata A/R** (in caso di invio di raccomandata non farà fede la data di spedizione/il timbro postale)

- consegnata **a mano** presso gli uffici della sede di ITS SATI ACADEMY, Via Newton 34/36/40, Arezzo (in caso di consegna a mano si consiglia di contattare telefonicamente gli uffici per fissare un appuntamento).

In queste ultime due modalità tutti i documenti dovranno essere contenuti in busta chiusa indirizzata a: **Al Presidente della Fondazione Istituto Tecnologico Superiore SATI Academy, Via Tagliamento, 16 - 50126 Firenze.** La busta dovrà avere come mittente il cognome e il nome del candidato e recare la dizione: "Domanda di Partecipazione all'avviso di selezione del corso ITS "MA.MA 2"

Le domande dovranno pervenire inderogabilmente alla Fondazione ITS SATI ACADEMY **entro e non oltre le ore 13,00 del giorno 02 dicembre 2026 (a seguito di nuova apertura delle iscrizioni per reperimento di ulteriori allievi entro il 10% delle ore totali. Data avvio percorso: 10 novembre 2026)**. Le domande pervenute dopo tale termine non saranno ammesse alla selezione per la partecipazione al corso. Sarà cura dei candidati accertarsi dell'avvenuta ricezione delle domande, contattando la segreteria della Fondazione ITS SATI ACADEMY.

Art. 11 - Modalità della selezione

Coloro che abbiano presentato la domanda di ammissione con le modalità sopra descritte, e che posseggano i requisiti previsti dal presente bando, saranno ammessi alle prove di selezione per l'ammissione al corso.

L'elenco degli ammessi alle prove di selezione sarà pubblicato esclusivamente sul **sito web della Fondazione SATI ACADEMY (www.its-sati.it).**

Le prove di selezione si terranno in data 3 dicembre 2026 dalle ore 8:30 presso la sede ITS SATI ACADEMY di Arezzo, Via Newton 34/36/40.

Ulteriore conferma delle date e delle modalità avverrà con comunicazione agli ammessi **esclusivamente tramite pubblicazione sul sito internet della Fondazione e tramite mail.**

Saranno esclusi dall'accesso alla procedura di selezione i candidati non in possesso dei requisiti previsti da questo avviso. I requisiti devono essere posseduti alla data di scadenza prevista per la presentazione della domanda.

I candidati dovranno presentarsi alle prove di selezione, pena l'esclusione dalle stesse, muniti di valido documento di riconoscimento e di Curriculum Vitae et Studiorum, in formato Europass (http://europass.cedefop.europa.eu/) firmato e sottoscritto per attestare la correttezza dei dati riportati.

La valutazione dei candidati avverrà con le seguenti modalità:

- Valutazione del Curriculum Vitae
- Test tecnico oggettivo
- Colloquio teso a valutare le motivazioni personali alla partecipazione al Corso ITS.
- Prova scritta per la valutazione del possesso della lingua inglese

Ai fini della valutazione dei titoli è utile accompagnare la documentazione di candidatura, con eventuali certificazioni di parte terza che attestano il conseguimento di tali competenze. (ad esempio: certificati Cambridge ESOL come PET o FCE, ECDL etc.)
L'eventuale titolo di laurea non costituisce fattore di preferenza e non viene valutato in sede di selezione

I punteggi saranno attribuiti come segue:

- colloquio: max 35 punti
- valutazione Curriculum Vitae: max 15 punti
- test tecnico oggettivo: max 30 punti
- Prova scritta lingua inglese: max 20 punti

Si specifica che le date e le modalità di selezione consentiranno ai candidati interessati di partecipare a tutte le selezioni per i percorsi proposti dalla Fondazione ITS SATI ACADEMY finanziati dal PR FSE+ 2021-2027

Saranno esclusi dall'accesso alla procedura di selezione i candidati non in possesso dei requisiti previsti da questo avviso alla data di scadenza prevista per la presentazione della domanda. La mancata presentazione alle prove di selezione sarà ritenuta

come rinuncia al corso.

La selezione determinerà una graduatoria di merito e l'ammissione dei primi 25 candidati idonei. Il punteggio minimo per entrare in graduatoria ed essere idonei al corso è di 60/100. La graduatoria terrà conto della riserva di posti prevista per le donne.

Il calendario delle prove di selezione, l'elenco degli ammessi alla prova di selezione, la graduatoria finale di merito saranno pubblicati sul sito internet della Fondazione ITS SATI ACADEMY (www.its-sati.it). I candidati idonei in posizione successiva al n. 25 della graduatoria finale potranno essere successivamente contattati per la partecipazione al corso in caso di rinunce e/o ritiri nei limiti previsti.

Art. 12 - Comunicazione agli interessati

La graduatoria delle selezioni e tutte le comunicazioni **saranno pubblicate sul sito web della Fondazione (www.its-sati.it).**

Art. 13- Informativa ex art. 13 e 14 G.D.P.R. 2016/679

Ai sensi ed ai fini di quanto disposto dal Regolamento UE n. 679/2016 i candidati sono informati ed espressamente acconsentono al trattamento dei dati personali concernenti gli stessi comunque raccolti in conseguenza e nel corso dell'espletamento della presente selezione vengano trattati esclusivamente per la finalità della stessa e conservati per i termini previsti dalle normative applicabili.

Inoltre, per fini statistici, i suddetti dati, trattati esclusivamente in forma anonima, potranno essere comunicati ai soggetti pubblici quando ne facciano richiesta per il perseguimento dei propri fini istituzionali, nonché a soggetti privati quando lo scopo della richiesta sia compatibile con i fini istituzionali della parte contrattuale a cui si riferiscono e trattati sia con mezzi informatici che cartacei.

I dati personali quali nome, cognome luogo e data di nascita, potranno, comparire sul sito web della Fondazione ITS SATI ACADEMY, così come sottoscritto nell'apposita informativa sul trattamento dei dati personali rilasciata ai sensi dell'art. 13 Reg. (UE) 2016/679.

Firenze, 9 novembre 2026

F.to* Il Presidente della Fondazione I.T.S. SATI ACADEMY

Claudio Terrazzi

**(Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art. 3, comma 2 del decreto legislativo n. 39/1993)*