



UNIVERSITÀ
DI CAMERINO

Bando per l'ammissione al Corso di formazione in

Marketing sensoriale per la gestione e la valorizzazione dei prodotti tipici

Corso gratuito di formazione teorico-pratica di 40 ore

Anno accademico 2025/2026

Decreto Rettorale n. 259/2025 del 03/07/2025 di emanazione del Manifesto degli studi dell'Università di Camerino per l'Anno Accademico 2025/2026

Attivato dalla Scuola di Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute con il contributo dei fondi dell'Agenzia governativa per la Coesione Territoriale

Iniziativa formativa attivata nell'ambito del progetto **"Formazione per l'innovazione dei sistemi dell'agricoltura e del Terzo Settore"**

Finanziato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri (Dipartimento per le politiche di coesione e per il Sud) - Avviso pubblico per la selezione di progetti di promozione della ricerca, del trasferimento tecnologico e della formazione universitaria da finanziare nelle regioni Lazio, Abruzzo, Umbria e Marche interessate dagli eventi sismici del 2016 a valere sulle risorse di cui all'articolo 1, comma 194 della legge 30 dicembre 2020, n. 178, approvato con Decreto del Direttore Generale dell'agenzia per la Coesione Territoriale 13 dicembre 2021, n. 283 dagli eventi sismici del 2016.

Categoria di Intervento: Formazione Universitaria (Linea C)

CUP: E78H23000380001

Direttore: Prof. Sauro Vittori

Docente Referente: Dott.ssa Lucia Bailetti

Componenti del Consiglio Scientifico: Vittori Sauro, Bailetti Lucia, Borsetta Germana, Caprioli Giovanni, Mannozi Cinzia.

Sede amministrativa del corso: Università di Camerino

Località di svolgimento: Istituto Tecnico Agrario Celso Ulpiani - Viale della Repubblica, 30 63100 Ascoli Piceno

Segreteria organizzativa: segreteria studenti.master@unicam.it - tel. 0737 402070

Art. 1 - FINALITÀ E OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone di presentare ai produttori agricoli e, comunque, a chi interessato, le possibilità di promozione dei prodotti sulla base delle caratteristiche di qualità e sensoriali, per promuovere i prodotti stessi nei confronti di un consumatore mediamente sempre più attento. Si propone di fornire la stessa formazione a persone motivate ed appassionate all'ambito, che potranno proporsi come potenziali partner di aziende produttive allo scopo di veicolare e promuovere i prodotti stessi tramite la conoscenza dei modi e metodi per conoscere prima e veicolare poi, le qualità dei prodotti tipici.

Art. 2 - COMPETENZE PROFESSIONALI SVILUPPATE / PERFEZIONATE

Questo corso si pone l'obiettivo di offrire una panoramica completa del marketing tradizionale e del marketing sensoriale, fornendo ai corsisti una solida base teorica e pratica del marketing contemporaneo e gli strumenti necessari per applicare i concetti studiati alla valorizzazione dei prodotti tipici. Il corso permetterà di acquisire competenze sui descrittori di qualità utili per promuovere i prodotti del territorio e veicolare le caratteristiche di eccellenza.

Art. 3 - PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI O DI MIGLIORAMENTO DELLA POSIZIONE O DEL RUOLO GIÀ RIVESTITO

Miglioramento della posizione commerciale dei prodotti dell'azienda; acquisizione di competenze per collaborare con aziende attente e sensibili all'ambito.

Art. 4 – PIANO DIDATTICO

Il Piano Didattico è disponibile in allegato al presente Bando.

Art. 5 – SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE

1. Il percorso formativo ha durata massima di 2 MESI.
2. Le lezioni inizieranno entro il **27/03/2026** e si concluderanno entro il mese di **MAGGIO 2026**.
3. La sede operativa del Corso è situata presso ASCOLI PICENO e le attività formative di didattica frontale/assistita si svolgeranno con le seguenti modalità operative: DIDATTICA E LABORATORI ESCLUSIVAMENTE IN PRESENZA.

Art. 6 - TITOLI E REQUISITI PER L'ACCESSO AL CORSO

1. Possono essere ammessi al Corso tutti gli interessati.

Art. 7 - NUMERO MINIMO E MASSIMO DI AMMESSI

1. Il Corso è a numero chiuso. Il numero minimo è fissato in **5** e il numero massimo in **12 iscritti**.
2. Nel caso di superamento del numero massimo di iscritti, gli ammessi saranno individuati in base alla procedura di selezione di cui all'articolo "Modalità di ammissione e selezione dei candidati".

Art. 8- OBBLIGHI DI FREQUENZA E RICONOSCIMENTO ATTIVITÀ FORMATIVE SVOLTE IN CARRIERE PRECEDENTI

1. La frequenza alle attività didattiche non può essere inferiore al 70% del totale di quelle previste.
2. Non è previsto il riconoscimento di attività formative o esperienze e abilità professionali già acquisite.

Art. 9 - MODALITÀ DI AMMISSIONE E SELEZIONE DEI CANDIDATI

1. L'ammissione al Corso è condizionata anzitutto dal risultato della valutazione di idoneità, da parte del Consiglio Scientifico del Corso, che si basa sulla coerenza del curriculum e professionale del candidato ed al rispetto dei requisiti di cui al precedente articolo "Titoli e requisiti per l'accesso al corso".
2. Qualora il numero delle domande di iscrizione ammissibili sia superiore al numero massimo dei posti disponibili, sarà attivata una procedura di selezione basata sulla valutazione del curriculum e titoli con definizione di una graduatoria.

Art. 10 - TERMINE E MODALITÀ DELLA PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI PRE-ISCRIZIONE

1. La domanda di preiscrizione deve essere compilata ed inoltrata, **entro il 25 marzo** tramite procedura informatizzata on-line, all'indirizzo: www.uni.artforjob.it/mktg-sensoriale.

Art. 11 – QUOTE DI ISCRIZIONE

La quota di iscrizione non è dovuta, in quanto i costi sono coperti dai fondi della Presidenza Del Consiglio dei Ministri (Dipartimento delle Politiche di Coesione e per il Sud) Avviso pubblico per la selezione di progetti di promozione della ricerca, del trasferimento tecnologico e della formazione universitaria da finanziare nelle regioni Lazio, Abruzzo, Umbria e Marche interessate dagli eventi sismici del 2016 a valere sulle risorse di cui all'articolo 1, comma 194 della legge 30 dicembre 2020, n. 178, approvato con Decreto del Direttore Generale dell'agenzia per la Coesione Territoriale 13 dicembre 2021, n. 283 dagli eventi sismici del 2016.

Art. 12 – PROVA FINALE E RILASCIO DEL TITOLO

1. A conclusione del Corso solo gli iscritti che risulteranno in regola con gli obblighi formativi richiesti; avranno frequentato almeno il 70% del corso (del totale delle ore), otterranno un attestato di partecipazione.
2. ***A tutti i partecipanti al corso, in caso di successiva immatricolazione (entro l'a.a. 2027.28) al Corso di Laurea in Scienze Gastronomiche dell'Università degli Studi di Camerino, saranno riconosciuti d'ufficio 4 CFU, a valere sui crediti per le attività "a scelta libera dello studente" o per le "ulteriori attività utili all'inserimento nel mondo del lavoro", senza necessità di attivare la procedura ordinaria di richiesta e valutazione dei crediti.***

Art. 16 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali forniti dai candidati e dagli iscritti con la domanda di iscrizione sono trattati nel rispetto dei principi di cui al Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 “Codice in materia di protezione dei dati personali” e del GDPR (Regolamento UE 2016/679).

Art. 17 - RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

Ai sensi di quanto disposto dall'art. 5 della Legge 7 agosto 1990, n. 241, il responsabile del procedimento di cui al presente bando è Fabrizio Quadrani, responsabile dell'Area pianificazione, didattica e sistemi qualità. Tel. 0737402080, email. usigual@unicam.it.

Il Direttore Generale

Ing. Andrea Braschi

Allegato: Piano Didattico

PIANO DIDATTICO del corso e calendario:

Marketing sensoriale per la gestione e la valorizzazione dei prodotti tipici

Attività formative	SSD	CFU	Lezioni solo in presenza	Lezioni solo online	Didattica alternativa*	N.Ore di studio individuale
27 e 28 marzo - Approfondimento del panorama economico del prodotto. Introduzione al marketing sensoriale	AGR/01	1	8		2	15
10 - 11 Aprile I sensi del consumatore al centro del progetto di sviluppo e comunicazione del prodotto tipico	AGR/15	1	5		5	15
17 e 18 Aprile - Mettersi all’ascolto del consumatore, le ricerche di mercato qualitative e quantitative	SECS-P/08	1	5		5	15
8 e 9 Maggio - Strategie di marketing e ricerca e sviluppo del prodotto tipico basate sui concetti del marketing sensoriale	SECS-P/07	1	5		5	15
Totali colonne		4	23	0	17	60
Totale tipologia didattica: assistita		40				
*Per didattica alternativa si intendono attività didattiche assistite dal docente o esperto quali ad esempio: esercitazioni, laboratori, seminari, testimonianze di esperti, visite aziendali guidate, partecipazione a convegni. <u>Legenda</u> : esercitazioni (E), laboratori (L), seminari (S), testimonianze di esperti (T), visite aziendali guidate (V), partecipazione a convegni (C), Altro (A).						

	CFU	N. ore
Stage	-	-
Prova Finale	-	-
Didattica (escluso stage e prova finale)	-	-
Totale complessivo	4	100