

PROCEDURA SELETTIVA RELATIVA ALLA FORMAZIONE DI GRADUATORIE DI ISTITUTO PER INSEGNAMENTI DELL'A.A. 2024/25

IL DIRETTORE

VISTO il Decreto Ministeriale del 30 maggio 2017 n. 358 che autorizza la LABA di Firenze a rilasciare titoli di 1° livello per gli indirizzi di Fotografia, Graphic Design & Multimedia, Design, Fashion Design e Pittura;

VISTO il DDG n. 2158 del 6.11.2019 che autorizza la LABA di Firenze a rilasciare titoli di 2° livello in Pittura ed in Interior Design;

VISTO il Decreto Ministeriale del 28 luglio 2021 n. 1919 che autorizza la LABA di Firenze a rilasciare titoli di 2° livello in Cinema e Audiovisivi

VISTO il Decreto Ministeriale del 26 agosto 2022 n. 1045 che autorizza la LABA di Firenze a rilasciare titoli di 1° livello in Regia e Videomaking

VISTO il Decreto Ministeriale del 20 ottobre 2022 n. 1213 che autorizza la LABA di Firenze ad attivare Master di 1° livello in Packaging Design

VISTA la legge del 21 dicembre 1999 n. 508 e successive modifiche e integrazioni;

VISTO il D.P.R. del 28 febbraio 2003 n.132 concernente il "Regolamento recante criteri per l'autonomia statutaria regolamentare e organizzativa delle istituzioni artistiche e musicali";

VISTO il regolamento didattico emanato dalla LABA ai sensi del D.P.R. dell'8 luglio 2005 n.212 recante la disciplina per la definizione degli ordinamenti didattici delle Accademie di Belle Arti approvato dal MUR con D.G. n. 15396 del 9.06.2022;

CONSIDERATO che per un corretto prosieguo dell'anno accademico 2024/25, questa Istituzione necessita di nuovi docenti per corsi dei piani di studi e una graduatoria in corso di validità per le discipline in oggetto di concorso;

DECRETA che è indetta una selezione pubblica, per titoli, per la formazione di graduatorie di Istituto, per l'anno accademico 2024/25, per i seguenti insegnamenti i cui contenuti formativi sono delineati nelle rispettive declaratorie:

ABPR34	EDITORIA PER IL FASHION DESIGN
<p>Il corso è relativo al settore del Fashion Design. I contenuti scientifico-disciplinari riguardano la realizzazione di collezioni di abiti e accessori con una forte componente creativa, che applica la manualità e l'acquisizione di tecniche artigiano-industriali impiegate in forme espressive e innovative. Le competenze riguardano lo studio e la ricerca di nuovi materiali idonei ad ampliare la gamma dei linguaggi formali multimaterici, la creazione del prototipo, comprendente la modellazione, il taglio e la confezione di capi in una struttura sartoriale-artigianale, nonché la comunicazione, attraverso lo studio e la progettazione sia di concept comunicabili attraverso la rete, sia di un sito inteso come media-vetrina e nuovo canale distributivo per proporre le proprie idee o avviare un'attività di diffusione delle creazioni.</p>	
<p>Ulteriori specifiche sul corso: Questo corso è progettato per formare professionisti capaci di gestire con competenza e creatività l'intero processo editoriale nel settore della moda. Gli studenti apprenderanno le tecniche fondamentali di progettazione grafica, creazione di layout e direzione artistica per riviste, libri, cataloghi e altre pubblicazioni. Verranno esplorati i principi di scrittura e editing di articoli, recensioni e interviste, garantendo contenuti editoriali di alta qualità e coerenza stilistica.</p> <p>Il programma include approfondimenti sulle strategie di marketing e distribuzione delle pubblicazioni di moda, con un'attenzione particolare all'utilizzo delle piattaforme digitali e dei nuovi media, tra cui blog, e-magazine, social media e app mobili. Attraverso laboratori pratici, gli studenti impareranno a dirigere servizi fotografici, selezionare e coordinare immagini, e creare contenuti multimediali come video, podcast e infografiche, per arricchire e rendere interattive le pubblicazioni editoriali.</p>	

Ulteriori competenze:

- Padronanza dei principali software di grafica e impaginazione, come Adobe InDesign, Photoshop e Illustrator e Canva
- Strumenti per il Design Web e UI/UX
- Suite Office e Google Workspace
- Esperienza pratica nel settore editoriale, con particolare attenzione alle pubblicazioni di moda.
- Capacità di gestire l'intero processo editoriale, dalla concezione alla pubblicazione.
- Abilità nella scrittura di articoli, recensioni, interviste e contenuti editoriali specifici per la moda.
- Conoscenza delle tecniche di editing e revisione dei testi per assicurare alta qualità e coerenza editoriale.
- Competenze nella progettazione grafica e nella creazione di layout per riviste, libri, cataloghi e altre pubblicazioni di moda.
- Capacità di integrare elementi multimediali nelle strategie editoriali per aumentare l'engagement e l'interattività.
- Capacità di creare e gestire contenuti editoriali per i nuovi media, inclusi blog, e-magazine, social media e app mobili.
- Abilità nella selezione e nel coordinamento di immagini per pubblicazioni editoriali.
- Familiarità con le tecniche e le piattaforme di digital publishing.
- Esperienza nella promozione di contenuti editoriali attraverso canali tradizionali e digitali.
- Esperienza nella creazione di contenuti multimediali, come video, podcast e infografiche, per arricchire le pubblicazioni di moda.

Corso semestrale (24 ore di lezioni in presenza)

ABLE69	FONDAMENTI DI MARKETING CULTURALE (per Fashion)
<p>Il corso è relativo al settore settore del Marketing e Management e comprende le competenze inerenti la programmazione, la promozione e la gestione delle attività culturali ed artistiche con particolare riferimento ai metodi di elaborazione delle strategie relative al mercato dell'arte e della comunicazione. Particolare attenzione, è rivolta, inoltre, alle applicazioni collegate alla gestione dei beni culturali intesi come risorsa sociale ed economica del territorio.</p>	
<p>Ulteriori specifiche sul corso:</p> <p>Il corso offre una panoramica approfondita delle strategie e delle dinamiche che governano il marketing nel settore della moda, con un focus particolare sugli aspetti culturali e sostenibili. Gli studenti esploreranno le tendenze globali e locali del mercato della moda, imparando a comprendere e analizzare il comportamento dei consumatori e le loro motivazioni d'acquisto. Attraverso lezioni teoriche e attività pratiche, il corso guiderà i partecipanti nello sviluppo di strategie di marketing e branding efficaci, capaci di valorizzare l'identità e il posizionamento di un marchio. Verranno affrontate le specificità del marketing culturale, evidenziando il ruolo della sostenibilità e l'importanza di promuovere pratiche responsabili all'interno del settore moda. Inoltre, il programma incoraggia la collaborazione con aziende e istituzioni per la creazione di progetti di ricerca e opportunità pratiche per gli studenti, permettendo loro di applicare le competenze acquisite in contesti reali.</p>	

Ulteriori competenze:

- Ottime conoscenze informatiche Social Media Management (Meta Business, TikTok Ads)
- Competenze di supporti multimediali per una didattica innovativa (Google Analytics, MailChimp,)
- Ottima capacità di gestione di applicativi E-commerce
- Strumenti di Email Marketing, SEO e Keyword Research
- Comprensione delle specificità del marketing applicato al mondo della moda.
- Esperienza pratica nello sviluppo e nell'implementazione di strategie di marketing per brand di moda.
- Abilità nella gestione del brand e nel posizionamento del marchio nel mercato.
- Conoscenza delle tecniche di costruzione e mantenimento dell'immagine di un brand di moda.
- Capacità di analizzare e interpretare il comportamento dei consumatori nel settore moda.
- Comprensione delle motivazioni e delle abitudini di acquisto dei consumatori di moda.
- Comprensione dei principi di sostenibilità applicati al marketing della moda.
- Capacità di sviluppare e promuovere strategie di marketing sostenibili.
- Esperienza nella collaborazione con aziende, istituzioni e altri enti per promuovere progetti di ricerca e opportunità per gli studenti.

Corso semestrale (24 ore di lezioni in presenza)

ABTEC 37	METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA (per Fashion Design)
<p>L'ambito disciplinare riguarda le metodologie progettuali propedeutiche alla comunicazione d'impresa e di prodotto, in relazione ai diversi ambiti della moda, del design, della produzione culturale ed editoriale. A partire dalla conoscenza approfondita del rapporto immagine/testo, si affrontano in tale campo le questioni connesse alla traduzione del concept in comunicazione visiva. Le competenze sono acquisite nel campo della ideazione creativa, della progettazione, della realizzazione e della diffusione della comunicazione d'impresa e di prodotto.</p>	
<p>Ulteriori specifiche sul corso:</p> <p>Il corso approfondisce le metodologie e le competenze necessarie per progettare e gestire la comunicazione visiva nel settore della moda, unendo creatività e strategia. Gli studenti esploreranno l'evoluzione storica e contemporanea del marchio, del logo e del pittogramma, analizzandone le applicazioni pratiche in relazione alla mission aziendale e al target di riferimento.</p> <p>Attraverso un approccio teorico-pratico, il programma guiderà i partecipanti nello sviluppo della corporate e brand identity, nella creazione di supporti grafici tradizionali (come brochure, cataloghi e packaging) e nell'elaborazione di strategie visive per il web e i social media. Particolare attenzione sarà dedicata alla gestione di progetti espositivi e alla comunicazione visiva per eventi, con focus sull'utilizzo di software professionali come Adobe Creative Suite e tecnologie digitali avanzate.</p> <p>Il corso prevede anche un approfondimento sull'analisi delle piattaforme online, dai magazine ai portali tematici, per comprendere come coniugare estetica, funzionalità e obiettivi strategici nella comunicazione.</p>	

Ulteriori competenze:

- Padronanza dei principali software di grafica e impaginazione, come Adobe InDesign, Photoshop e Illustrator e Canva
- Strumenti per il Design Web e UI/UX
- Suite Office e Google Workspace
- Comprensione approfondita della storia e dell'evoluzione del marchio, logo e pittogramma.
- Capacità di analizzare e interpretare diverse tipologie applicative nella comunicazione visiva.
- Esperienza nello sviluppo e nella gestione della corporate e brand identity.
- Conoscenza degli elementi e dei supporti grafici utilizzati nella comunicazione visiva, sia materiale che immateriale.
- Abilità nel progettare l'identità visiva in relazione alla mission aziendale e al target di riferimento.
- Esperienza nella lettura e nell'analisi dei supporti grafici tradizionali, come marchio, codice colore, shooting fotografico, brochure, catalogo, packaging e manuale d'identità visiva.
- Competenza nella gestione di progetti espositivi e nella comunicazione visiva per eventi.
- Competenze nelle strategie di comunicazione visiva per il web, inclusa la creazione e gestione di siti web, social network e newsletter.
- Capacità di analizzare online diverse realtà in relazione alla mission, agli utenti di riferimento e agli obiettivi, come magazine, imprese, eventi editoriali, portali tematici e istituzioni.

Corso semestrale (24 ore di lezioni in presenza per ogni gruppo)

Art. 1

Requisiti per l'ammissione

Per l'ammissione alla selezione è richiesto il possesso, pena l'esclusione, dei seguenti requisiti:

1. età non inferiore agli anni diciotto;
2. cittadinanza italiana o straniera;
3. idoneità fisica all'impiego;
4. titoli di studi idonei all'insegnamento

5. godimento dei diritti civili e politici;
6. assenza di situazioni di incompatibilità previste dalla normativa vigente e di non avere in atto alcuna controversia con LABA Firenze;
7. adeguata conoscenza della lingua italiana (per i cittadini stranieri);
i requisiti prescritti debbono essere posseduti alla data di scadenza del termine utile per la presentazione delle domande di ammissione al concorso.
I candidati sono ammessi con riserva;
8. non essere titolari in LABA di insegnamenti relativi al medesimo settore disciplinare.

La direzione può disporre in ogni momento, con provvedimento motivato, l'esclusione dal concorso per difetto dei requisiti di ammissione come sopra descritti.

Art. 2

Domanda e temine per la presentazione

La domanda di ammissione alla selezione, redatta in carta semplice, recante sulla busta l'indicazione della Graduatoria d'Istituto del Codice e della Disciplina", dovrà essere consegnata a mano alla segreteria di direzione della LABA (che protocollerà la domanda), dal lunedì al venerdì dalle ore 10,00 alle ore 13,00 (salvo per i giorni di chiusura dell'Accademia), oppure trasmessa a mezzo raccomandata con avviso di ricevimento o mediante posta certificata ai seguenti indirizzi:

LABA-Libera Accademia di Belle Arti – Firenze, piazza di Badia a Ripoli 1/a, 50126 (Fi), oppure Pec laba@pcert.it entro il termine perentorio delle ore 13,00 del 25 Gennaio 2025. La data di spedizione è stabilita e comprovata dal timbro e data dell'ufficio postale accettante. In questo caso, nel caso di invio tramite raccomandata, al fine di assicurare la tempestività delle procedure, l'interessato è tenuto a far pervenire copia della sola domanda entro il medesimo termine all'indirizzo mail direzione@laba.biz.

L'intempestività della domanda determina l'esclusione dalla procedura.

Le domande devono essere redatte secondo lo schema contenuto nel modulo che viene allegato al bando di concorso.

Le domande dovranno essere corredate di autocertificazione attestante il possesso dei titoli di studio e di servizio, di documento di identità e codice fiscale, di un cv formato europeo, nonché di un curriculum come da schema AFAM/MUR debitamente firmato in cui siano elencati i titoli artistico culturali e professionali. In particolare i candidati dovranno documentare l'attività artistica e/o scientifica svolta nell'ambito specifico della disciplina per la quale si concorre, le esperienze didattiche acquisite ed ogni altro titolo utile per il completo

inquadramento culturale, artistico e professionale. Le pubblicazioni devono essere presentate in originale, in copia autentica oppure in fotocopia corredata da apposita dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà in cui se ne attesti la conformità all'originale ai sensi degli artt. 19 e 47 del D.P.R. n.445/2000.

I titoli verranno valutati in conformità ai criteri stabiliti dalla nota ministeriale del 09.06.2011 prot. n° 3154.

Con riguardo a questi ultimi, la Commissione ha facoltà di richiedere al candidato, ove ritenuto necessario ai fini di una congrua valutazione, l'esibizione entro il termine di dieci giorni, degli originali o di riproduzione (fotostatiche o su supporto ottico) dei titoli dichiarati.

Alla domanda devono pertanto essere allegati:

- . a) copia del codice fiscale e di un documento di identità;
- . b) autocertificazione attestante il possesso dei titoli di studio e di servizio (modello allegato);
- . c) curriculum vitae "formato europeo"
- . c) curriculum "modello AFAM" con firma autografa, dell'attività artistica, scientifica e didattica (modello allegato);
- . d) elenco con firma autografa, di altri titoli o documenti che il candidato ritiene utile ai fini della selezione (modello allegato);
- . e) eventuali pubblicazioni devono essere presentate in originale o in copia autentica oppure in fotocopia autocertificata con la dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà in cui se ne attesti la conformità all'originale ai sensi degli artt.19 e 47 del D.P.R.445/2000; tale dichiarazione può essere unica per tutte le pubblicazioni inviate in copia o apposta in calce alla copia stessa. Le pubblicazioni devono essere state stampate e devono essere stati adempiuti gli obblighi previsti dal D.P.R. 252/2000. Per tutte le pubblicazioni deve risultare la data e il luogo di pubblicazione o, in alternativa il codice ISBN o altro equivalente.

Per i candidati stranieri la documentazione deve essere presentata in copia autentica, legalizzata dalle competenti autorità consolari italiane e corredata da una traduzione in lingua italiana conforme al testo straniero e autocertificata.

Il candidato dovrà apporre in calce alla domanda la propria firma, saranno escluse quelle prive di sottoscrizione.

L'amministrazione non assume alcuna responsabilità per la dispersione di comunicazioni dipendente da inesatta indicazione del recapito da parte del concorrente oppure da mancata o tardiva comunicazione del cambiamento di indirizzo indicato nella domanda, né per eventuali disguidi postali o telegrafici o comunque imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o forza maggiore.

La documentazione presentata per il concorso potrà essere ritirata dal candidato, previa richiesta scritta, entro il termine perentorio di mesi 3 (tre) dalla data di

pubblicazione della graduatoria definitiva. Superato tale termine, la documentazione verrà distrutta.

Art. 3

Commissione esaminatrice

La Commissione giudicatrice, è costituita con decreto del Direttore. Sarà composta dal Direttore dell'Accademia, o dal Vice-Direttore con funzione di Presidente, e da tre docenti di ruolo dell'Accademia di materie corrispondenti e/o affini al settore disciplinare. Nel caso non vi sia disponibilità di tre docenti di ruolo della materia, possono essere chiamati a comporre la commissione anche docenti titolari di discipline simili e/o affini, o comunque giudicati esperti della materia.

La valutazione dei titoli effettuata ai sensi della tabella e successive modifiche ed integrazioni.

Art. 4

Trattamento dati personali

Ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n.196, i dati personali forniti dai candidati saranno raccolti presso la segreteria amministrativa di questa Istituzione per le finalità di gestione del concorso e saranno trattati anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto di lavoro per le finalità inerenti alla gestione del rapporto.

Art. 5

Pubblicazione del Bando e delle graduatorie

Il presente bando, unitamente agli allegati, sarà pubblicato sul sito Web di questa Accademia www.laba.biz, alla sezione bacheca.

Le graduatorie, generate dalla valutazione della Commissione giudicatrice, saranno pubblicate sul sito Web di questa Accademia www.laba.biz, alla sezione bacheca. Le stesse rimarranno valide per i due anni accademici successivi.

Art. 6

Assenza o inidoneità delle candidature

In caso di assenza di candidature o di non idoneità delle stesse, il direttore procede alla ricerca dei docenti a "chiamata diretta" tramite la valutazione di candidature spontanee o tramite l'ausilio di portali dedicati al reclutamento.

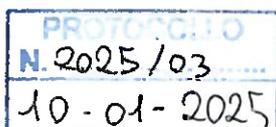
Art. 7

Incarico

L'incarico annuale comprende l'espletamento del monte ore assegnato, la partecipazione alle riunioni degli organi collegiali, lo svolgimento di esami e tesi ed è rinnovabile di anno in anno. Lo stesso sarà assegnato al vincitore, tramite contratto di lavoro a tempo determinato (CCNL - FILINS) o tramite incarico professionale (per docenti con P.IVA), in caso di vacanza dei posti in organico o per necessità temporanee dipendenti da assenze del personale in servizio. L'incarico è sempre condizionato alle necessità concrete dell'Accademia e subordinato al regolamento didattico dell'istituzione e ai relativi pareri/obblighi ministeriali (quali raggiungimento minimo di partecipanti al corso, ottenimento del decreto di autorizzazione da parte del Ministero dell'Università, etc). Il compenso è stabilito, in accordo col docente, in base al monte ore (comprensivo dell'espletamento degli obblighi suddetti del docente).

Allegati:

- Allegato 1 - Modello di domanda con elenco documenti da presentare
- Allegato 2- Dichiarazione sostitutiva di certificazione
- Allegato 3 - Elenco titoli di servizio
- Allegato 4 - Dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà
- Allegato 5 - curriculum vitae formato AFAM



Prof. Domenico Cafasso
Dir. LABA Firenze