

## Laboratorio universitario per il marketing e le tecnologie IC Regolamento

### **ART. 1 Denominazione del Laboratorio**

È istituito presso il PIN S.c.a.r.l., P.zza dell'Università 59100 Prato (PO), il laboratorio universitario denominato "WEM\_PARK" (Laboratorio Universitario per il Marketing e le Tecnologie IC)

### **ART. 2 – Sede**

Il Laboratorio ha sede presso il PIN S.c.a.r.l., all'interno del Laboratorio di marketing (LabMi).

Il Laboratorio potrà istituire sedi secondarie sia in Italia che all'estero.

### **ART. 3 – Finalità**

Il Laboratorio ha la finalità di:

- promuovere, facilitare e sostenere la ricerca scientifica nell'ambito delle discipline economiche e aziendali applicate al web;
- divulgare la cultura digitale relativa alle discipline economico-aziendali verso gli studenti e neolaureati;
- divulgare la cultura digitale relativa alle discipline economico-aziendali verso il sistema produttivo, enti e istituzioni;
- promuovere la realizzazione di corsi di formazione sia di qualificazione professionale che di alta formazione;
- promuovere l'organizzazione di convegni, seminari e altri momenti di confronto tra esperti di settore;

### **ART. 4 – Rapporti con altre organizzazioni: partnership, sponsorship e advising**

Il Laboratorio potrà istituire rapporti di partnership, sostegno, patrocinio (attivo e passivo), convenzioni con imprese, enti e organizzazioni italiane e straniere per il perseguimento delle finalità di cui sopra.

L'accordo di partnership implica che l'impresa, ente etc., collabori attivamente alle attività del Laboratorio fornendo tecnologia, strumenti, conoscenza etc. Il partenariato è gratuito.

Il Laboratorio potrà ricevere tramite il PIN S.c.a.r.l. fondi e finanziamenti da imprese cosiddette "Sponsor" al solo fine di promuovere la cultura di marketing digitale. Le imprese Sponsor acquisiscono il diritto di apparire nella comunicazione istituzionale del Laboratorio e di comunicare attivamente la sponsorship. Le imprese Sponsor hanno il diritto di essere coinvolte nelle diverse attività del laboratorio: commissioni di studio, workshop, attività seminariali etc.

Il Laboratorio potrà ricevere il patrocinio (gratuito) da enti, associazioni etc. e a sua volta concederlo.

Il Laboratorio potrà ricevere da imprese, enti e organizzazioni, tramite PIN S.c.a.r.l., finanziamenti come corrispettivo specifico di attività di ricerca e advising in tema di web-marketing.

### **ART. 5 – Digital Community**

Il Laboratorio potrà costituire una Lista d'interesse o Digital Community (di seguito DC) tra tutti coloro, persone fisiche e giuridiche che per motivi di studio, lavoro o semplice interesse intendono sostenere e promuovere le sue finalità.

L'iscrizione implica il versamento di una quota (quota di sostegno) annuale, stabilita dalla Direzione.

Le imprese partner, sponsor e patrocinanti fanno parte di diritto della Digital Community.

Potranno iscriversi gratuitamente alla DC:

- gli studenti della Scuola di Economia e Management dell'Università degli studi di Firenze;

- i discenti dei corsi di formazione organizzati dal Laboratorio e dal PIN (Corsi di alta formazione);
- i docenti di ordine universitario, italiani e stranieri;
- coloro che per meriti scientifici e/o professionali siano ritenuti particolarmente capaci di perseguire le finalità del Laboratorio di cui all'art.3.

L'iscrizione avviene mediante presentazione di una apposita domanda alla Segreteria del Laboratorio ed implica l'accettazione del presente regolamento e l'impegno ad un comportamento socialmente corretto.

La Direzione del Laboratorio potrà, a suo insindacabile giudizio, negare l'iscrizione o espellere un iscritto. L'espulsione non dà diritto alla restituzione della quota di sostegno.

### **ART. 6 – Struttura Organizzativa**

Il Laboratorio è organizzato per "aree tematiche" ed è coordinato da una Direzione Operativa e da una Direzione Scientifica.

La Direzione Operativa è responsabile della gestione e del funzionamento del Laboratorio.

La Direzione Scientifica è responsabile delle attività scientifiche e didattiche tra le quali la costituzione e la supervisione delle attività dei Comitati di Studio.

Il Laboratorio è dotato di una Segreteria organizzativa, di un Responsabile della comunicazione, di un "Digitus Librarian".

Il Digitus Librarian ha il compito di organizzare e gestire tutto il patrimonio di conoscenza che costituirà la "Digitus Biblio", ossia la biblioteca del Laboratorio.

### **ART. 7 – Comitato di Studio**

Per ogni area tematica viene costituito un Comitato di studio che ha il compito di trattare il tema e generare conoscenza. Ogni Comitato è presieduto da un coordinatore che ha la funzione di sintetizzare il lavoro svolto nell'arco di un periodo definito e contribuire, periodicamente, ad alimentare la Digitus Biblio.

Il Direttore Scientifico organizza periodicamente uno speech dei diversi Comitati per la presentazione dei risultati di lavoro.

Possono richiedere al Direttore Scientifico di far parte di un Comitato di Studio:

- docenti, ricercatori, dottorandi e assegnisti universitari;
- laureati di primo e secondo livello della Scuola di Economia e Management dell'Università degli Studi di Firenze e di altre Scuole con curriculum specialistico sui temi dell'economia digitale;
- consulenti del settore con esperienza certificata nel settore digitale;
- imprenditori e manager di organizzazioni partner e sponsor con forte interesse per il tema oggetto di studio;

Il Direttore Scientifico accoglie le richieste e, a insindacabile giudizio, ammette o meno il candidato a partecipare alla Commissione.

I membri del Comitato possono essere da un minimo di due ad un massimo di 12. Il Coordinatore può assegnare a dei gruppi ristretti dei sotto temi di studio.

I membri sono tenuti a tenere riservate le informazioni, le attività, le notizie che si generano all'interno del Comitato e a tal fine si impegnano a firmare un "non disclosure agreement".

I Comitati possono riunirsi presso la sede del Laboratorio.

Agli speech periodici possono partecipare, in qualità di uditori, anche gli iscritti alla Digital Community.