

**Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM  
Facoltà di Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità**

**Corso di laurea in Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa  
Classe di appartenenza L-20 Scienze della comunicazione  
Nome inglese del corso: Public relations and corporate communication**

**REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2017/2018**

**Presentazione**

Il Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche e Comunicazione d'Impresa prepara a diventare professionisti nella gestione dei processi di comunicazione di organizzazioni private e pubbliche, utilizzando tutti gli strumenti oggi disponibili, dalla pubblicità ai nuovi media legati alla diffusione di Internet che permettono una forte personalizzazione dei messaggi e un'esplicita interazione con l'interlocutore.

Un insieme di competenze complesse, che richiedono non solo la comprensione dei meccanismi che governano la comunicazione, ma anche di quelli che regolano la vita delle imprese che la generano, degli individui che la ricevono e del contesto economico e sociale entro il quale essa assume significato.

Il percorso formativo si articola su tre anni. Lo studente consegue la laurea dopo aver superato tutti gli esami di profitto, nonché la prova finale, per un totale di 180 CFU (crediti formativi universitari).

**Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo**

Il Corso di Laurea in Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa, nella classe delle lauree in Scienze della comunicazione, si prefigge come obiettivo la formazione di laureati con una solida preparazione in tutti gli strumenti della comunicazione utilizzati da imprese e organizzazioni.

Si vuole preparare professionisti in grado di utilizzare tutti gli strumenti della comunicazione. Da quelli pubblicitari, su cui si basa tradizionalmente la promozione di beni e servizi, ai new media legati a Internet, che permettono una forte personalizzazione dei messaggi e un'esplicita interazione con l'interlocutore.

Si conoscerà il mercato della comunicazione e delle relazioni pubbliche, in Italia come all'estero, comprendendone le dinamiche. Si svilupperanno le abilità comunicative attraverso laboratori ed esercitazioni, per essere in grado di trasferire ad altri le proprie conoscenze e idee.

Obiettivi che al termine del percorso di studio si raggiungeranno non solo per la lingua italiana, ma anche in inglese e in un'altra lingua straniera a scelta, soprattutto per le aree didattiche che riguardano più da vicino la comunicazione d'impresa e le relazioni pubbliche.

**Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio**

***Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)***

Conoscenza del mercato della comunicazione e delle relazioni pubbliche, nazionale ed internazionale, oltre che comprensione delle sue dinamiche, attraverso un insieme di insegnamenti, sia di base (in particolare nei settori SPS/08 e SECS-P/08), sia specialistici (oltre ai settori già richiamati, anche nel settore M-FIL/05) in grado di trasferire tali conoscenze per mezzo di lezioni, studio di testi avanzati, letture integrative ed interventi di operatori impegnati nei mercati di riferimento.

### ***Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)***

Capacità di applicazione delle conoscenze acquisite in modo chiaro e sicuro, attraverso un utilizzo degli strumenti appresi in modo attivo, per l'elaborazione e la gestione delle problematiche inerenti i processi di comunicazione, in ambito privato e pubblico, secondo lo sviluppo tecnologico e sociale del tempo. Tale obiettivo è garantito dall'attivazione, nelle aree disciplinari coerenti (SPS/08, SECS-P/08), di attività di laboratorio che consentano agli studenti di sperimentare l'uso delle conoscenze via via acquisite.

### ***Autonomia di giudizio (making judgements)***

Capacità di analisi e di esegesi critica sulle tematiche inerenti la comunicazione d'impresa e le relazioni pubbliche, con abilità di inserimento delle tematiche all'interno delle dinamiche di cambiamento sociali ed individuali. Ciò avviene attraverso sia lo stimolo di autonome capacità di raccolta, analisi e interpretazione di dati (INF/01, SECS-S/03), sia l'utilizzo di esercitazioni negli insegnamenti che sviluppano le conoscenze specifiche del Corso di laurea (SPS/08, SECS-P/08, M-FIL/05).

### ***Abilità comunicative (communication skills)***

Le abilità comunicative saranno sviluppate attraverso la frequenza di laboratori e lo svolgimento di esercitazioni che, oltre alle finalità di sviluppare capacità applicative ed autonomia di giudizio, consentiranno allo studente di imparare a trasferire ad altri, anche non specialisti, le proprie conoscenze e le proprie idee. Tali abilità non saranno garantite solo per la lingua italiana, ma anche per la lingua inglese e per una seconda lingua straniera per tutte le tematiche inerenti il Corso di studio, con particolare riferimento alla comunicazione d'impresa ed alle relazioni pubbliche.

### ***Capacità di apprendimento (learning skills)***

Oltre che finalità perseguita dagli insegnamenti curriculari attraverso opportune modalità di docenza e di verifica, lo sviluppo di capacità di apprendimento autonomo costituisce l'obiettivo specifico della prova finale, al tempo stesso strumento di verifica delle conoscenze acquisite dallo studente e prima occasione per impiegarle nella produzione di nuove.

### **Sbocchi occupazionali e professionali previsti**

La principale famiglia professionale di riferimento per i laureati in Relazioni Pubbliche e Comunicazione d'Impresa è la funzione marketing, oggi presente e sempre più rilevante in tutte le imprese, grandi e piccole, e sempre più spesso anche nelle organizzazioni senza scopo di lucro. Inoltre, potranno inserirsi come specialisti nelle relazioni esterne di organizzazioni pubbliche e private e nelle imprese che offrono servizi specialistici di comunicazione.

### **Il corso prepara alle professioni di**

- Account executive (agenzie di comunicazione e relazioni pubbliche)
- Addetto relazioni esterne
- Addetto stampa
- Fashion event specialist
- Addetto comunicazione esterna

- Product manager
- Strategic planner
- Specialista in merchandising
- Responsabile promozione
- Addetto marketing
- Addetto comunicazione interna
- Addetto alle relazioni con il pubblico
- Community manager
- Comunicatore pubblico/istituzionale
- Esperto in relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa

### **Norme relative all'accesso**

Il Corso di Laurea in Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa è a numero programmato: per l'anno accademico 2017/2018 la Facoltà ha fissato a 630 i posti a disposizione per l'immatricolazione.

Per potersi iscrivere è necessario il diploma di maturità o un altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto dall'Ateneo. Verranno richieste buone conoscenze linguistiche, un'adeguata capacità espressiva scritta e orale, e una discreta conoscenza della lingua inglese.

Per valutare il livello iniziale di preparazione l'Università prevede un test valutativo obbligatorio che si svolgerà nei mesi di luglio e di settembre, in una data comunicata dalla segreteria studenti.

Se l'esito del test non è positivo, saranno assegnate le attività che dovranno essere recuperare entro il primo anno di iscrizione. Il test ed eventuali recuperi sono pensati per rendere migliore la preparazione e restare al passo con gli studi.

Nel caso in cui il test abbia evidenziato qualche lacuna, l'Università affiancherà allo studente un tutor didattico che assisterà lo studente nel programma di recupero fino alla compilazione del piano di studi personalizzato. La presenza del tutor è un'occasione unica di confronto e sostegno che ciascuno studente potrà cogliere nell'arco del proprio percorso di studi.

### **Organizzazione del Corso di laurea**

Il Piano degli Studi del Corso di laurea in Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa è articolato in tre anni di corso, durante i quali lo studente deve acquisire 180 CFU (crediti formativi universitari) e comprende attività formative e laboratori vincolati, attività formative a scelta e la prova finale.

Il credito formativo universitario (CFU) rappresenta l'unità di misura del lavoro richiesto ad uno studente per ogni attività svolta al fine di conseguire un titolo di studio universitario.

Il lavoro di un anno corrisponde convenzionalmente a 60 crediti circa. Ad esempio, per l'attività formativa tipica, che è il corso di insegnamento cui segue un esame che valuta la qualità e quantità dell'apprendimento, il lavoro svolto dallo studente consisterà naturalmente nelle ore di lezioni frontali e di didattica integrativa richieste dal corso d'insegnamento, cui vanno aggiunte le ore di studio personale o comunque di impegno individuale non formalizzato. I crediti si acquisiscono con il superamento degli esami o altre forme di verifica del profitto.

Per conseguire la laurea, lo studente deve acquisire 180 crediti con il superamento degli esami e il conseguimento delle idoneità previsti dal Piano degli studi relativamente a:

1. attività formative e laboratori vincolati;
2. attività formative a scelta dello studente;
3. la prova finale.

Il corso di laurea si articola in un solo curriculum che prevede l'attribuzione di crediti formativi.

### Piano di studi

#### I ANNO

| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE                  | SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI | TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA | CFU |
|---|----------------------------------|-------------------------------|-----|
| Sociologia dei media                          | SPS/08                           | Di base                       | 9   |
| Economia aziendale                            | SECS-P/07                        | Caratterizzante               | 9   |
| Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa | SECS-P/08                        | Caratterizzante               | 9   |
| Information and Communication Technology      | INF/01                           | Di base                       | 6   |
| Consumi e cultura d'impresa                   | SPS/09                           | Di base                       | 6   |
| Linguaggi della pubblicità                    | L-ART/06                         | Caratterizzante               | 6   |
| Semiotica                                     | M-FIL/05                         | Di base                       | 6   |
| Professional English I                        | L-LIN/12                         | Di base                       | 6   |

#### II ANNO

| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE                  | SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI | TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA | CFU |
|---|----------------------------------|-------------------------------|-----|
| Psicologia dei consumi e neuromarketing       | M-PSI/06                         | Caratterizzante               | 6   |
| Marketing                                     | SECS-P/08                        | Caratterizzante               | 9   |
| Statistica e ricerche di mercato              | SECS-S/03                        | Affine                        | 9   |
| Sociologia del cambiamento nell'era digitale  | SPS/07                           | Di base                       | 9   |
| Teoria e tecnica della comunicazione pubblica | SECS-P/08                        | Caratterizzante               | 6   |
| Professional English II                       | L-LIN/12                         | Altre attività formative      | 6   |
| Lingua e cultura seconda lingua straniera     |                                  | Altre attività formative      | 6   |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA                   |                                  | Altre attività formative      | 12  |

#### III ANNO

| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE       | SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI | TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA | CFU |
|------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-----|
| Laboratorio di Relazioni pubbliche | SECS-P/08                        | Caratterizzante               | 6   |

|   |              |                          |   |
|---|--------------|--------------------------|---|
| Laboratorio di storytelling e scrittura argomentativa   | L-FIL-LET/10 | Affine                   | 6 |
| Organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane   | SECS-P/10    | Caratterizzante          | 6 |
| Istituzioni di diritto pubblico e privato   | IUS/01       | Caratterizzante          | 6 |
| Economia politica   | SECS-P/01    | Di base                  | 9 |
| Laboratorio di creatività<br><i>Uno a scelta tra:<br/>Creatività e progettazione<br/>Tecniche di creatività pubblicitaria</i> | ICAR/13      | Affine                   | 9 |
| Professionale English III   |              | Altre attività formative | 6 |

|                                    |  |                          |          |
|------------------------------------|--|--------------------------|----------|
| <b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b> |  | Altre attività formative | <b>6</b> |
|------------------------------------|--|--------------------------|----------|

|                     |  |                          |          |
|---------------------|--|--------------------------|----------|
| <b>PROVA FINALE</b> |  | Altre attività formative | <b>6</b> |
|---------------------|--|--------------------------|----------|

Per l'acquisizione dei 18 CFU non vincolati lo studente può scegliere, prioritariamente, fra i seguenti insegnamenti a scelta consigliati:

| <b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA CONSIGLIATE ATTIVATE NELL'A.A. 2017/2018</b> | <b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b> | <b>TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA</b> | <b>CFU</b> |
|---|---|--------------------------------------|------------|
| Business strategy   | SECS-P/07                               | A scelta                             | 6          |
| Retail marketing innovation   | SECS-P/08                               | A scelta                             | 6          |
| English for Communication and Public Relations                              | L-ILIN/12                               | A scelta                             | 6          |
| Digital media for Corporate Communication                                   | SECS-P/08                               | A scelta                             | 6          |
| Comunicazione sociale   | SPS/11                                  | A scelta                             | 6          |
| Political discourse   | L-LIN/01                                | A scelta                             | 6          |
| Gender Theory   |   | A scelta                             | 6          |
| Nozioni elementari di analisi quantitativa dell'informazione                | MAT/05                                  | A scelta                             | 6          |
| Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace                           | M-PSI/06                                | A scelta                             | 6          |
| Politiche pubbliche per le comunicazioni                                    | SPS/08                                  | A scelta                             | 6          |
| Laboratorio di giornalismo  | SPS/08                                  | A scelta                             | 6          |
| Comunicazione, mass media e crimine   | M-PSI/07                                | A scelta                             | 6          |
| Etica ed economia   | M-FIL/03                                | A scelta                             | 6          |
| Elementi di demografia  |   | A scelta                             | 6          |
| SuperReading  |   | A scelta                             | 6          |
| Storia del cinema italiano  | L-ART/06                                | A scelta                             | 6          |

| <b>ALTRE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA ATTIVATE DALLA FACOLTÀ NELL'A.A. 2017/2018</b> | <b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b> | <b>TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA</b> | <b>CFU</b> |
|---|---|--------------------------------------|------------|
|---|---|--------------------------------------|------------|

|  |                     |                 |          |
|--|---------------------|-----------------|----------|
| <b>Laboratorio di advertising</b>  | <b>SPS/08</b>       | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Laboratorio di scrittura creativa</b>                                   | <b>L-FIL-LET/14</b> | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Laboratorio di regia pubblicitaria</b>                                  | <b>L-ART/05</b>     | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Laboratorio di storytelling multimediale</b>                            |                     | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Organizzazione e gestione degli eventi culturali e dello spettacolo</b> | <b>SPS/08</b>       | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Letteratura e media</b>   | <b>L-FIL-LET/11</b> | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Elementi di demografia</b>  |                     | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Sociolinguistica</b>  | <b>L-LIN/01</b>     | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Digital storytelling</b>  | <b>L-LIN/10</b>     | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Laboratorio di comunicazione non verbale e gestione dei conflitti</b>   | <b>M-PSI/06</b>     | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |
| <b>Laboratorio di regia teatrale</b>                                       | <b>L-ART/05</b>     | <i>A scelta</i> | <b>6</b> |

Nell'individuazione delle attività a scelta, gli studenti avranno peraltro la possibilità di effettuare la loro opzione fra tutti gli insegnamenti a scelta attivati presso i Corsi di laurea di primo livello dell'Ateneo.

L'approvazione dei piani di studio individuali è subordinata all'esame da parte di specifiche Commissioni referenti, a ciò delegate dai Consigli delle strutture didattiche interessate, e che fungono altresì da strutture di orientamento in materia. Lo studente, nel caso in cui la sua proposta non sia ritenuta approvabile, ha diritto ad essere ascoltato dalla Commissione.

### **Tipologie e forme didattiche**

Gli insegnamenti sono impartiti mediante lezioni di tipo frontale che possono essere integrate da esercitazioni, seminari e/o corsi integrativi.

### **Frequenza**

Non sono previsti specifici obblighi di frequenza, anche se consigliata.

### **Modalità di verifica del profitto**

Ciascun insegnamento può essere costituito da uno o più corsi/laboratori (moduli didattici). Il profitto può essere valutato anche in corso d'anno e per parte di moduli, secondo modalità riportate in ciascun programma o comunicate dai responsabili dei corsi/laboratori all'inizio delle lezioni, secondo quanto stabilito dalle strutture didattiche competenti. I crediti totali per ciascun insegnamento si intendono definitivamente acquisiti nel curriculum dello studente solo successivamente alla registrazione della valutazione complessiva finale.

La modalità di verifica del profitto è regolamentata dall'art. 18 del Regolamento Didattico di Ateneo che recita:

1. Le strutture didattiche competenti disciplinano le modalità di verifica del profitto dirette ad accertare l'adeguata preparazione degli studenti iscritti ai corsi di studio, ai fini della prosecuzione della loro carriera scolastica e della acquisizione da parte loro dei crediti corrispondenti alle attività formative seguite. Tali accertamenti, sempre individuali, devono avere luogo in condizioni che garantiscano l'approfondimento, l'obiettività e l'equità della valutazione in rapporto con l'insegnamento o l'attività seguita e con quanto esplicitamente richiesto ai fini della prova.

2. Gli accertamenti possono dare luogo a votazione (esami di profitto) o a un semplice giudizio di approvazione o non approvazione (test di idoneità).
3. Le prove di valutazione del profitto possono essere orali e/o scritte, anche con l'ausilio di supporti informatici purché non integralmente sostitutivi delle prove. In caso di valutazione del profitto basata su prova scritta e prova orale, l'esito della prima non può essere preclusivo della seconda. In caso di valutazione del profitto basata su sola prova scritta, lo studente ha diritto di richiedere una ulteriore valutazione orale. In ogni caso, deve essere garantita la pubblicità delle prove, se orali, e la possibilità dello studente di prendere visione dell'elaborato relativo alla prova scritta.
4. In ogni anno di corso sono previste tre sessioni di esami di profitto. E' quindi esclusa la possibilità di svolgere esami al di fuori delle suddette sessioni o registrare esiti d'esami sostenuti in periodi precedenti.
5. Non è consentito ripetere un esame di profitto verbalizzato con esito positivo.
6. La votazione finale dell'esame di profitto è espressa in trentesimi e l'esame si intende superato se la votazione finale è almeno pari a 18/30. La Commissione, in aggiunta al punteggio massimo di 30/30, può concedere la lode all'unanimità.
7. Qualora lo studente si sia ritirato o non abbia conseguito una valutazione di sufficienza, la relativa annotazione è riportata nel registro dei verbali degli esami di profitto e nella carriera scolastica dello studente ed è evidenziata negli atti trasmessi alle Commissioni degli esami di laurea, senza incidere sulla media finale.

### **Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame**

### **Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame**

L'organizzazione della didattica è su base semestrale.

Il calendario didattico è pubblicato sul portale dell'università alla pagina

<http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Studiare-alla-IULM/Calendario-Didattico>

e l'orario delle lezioni nella pagina

[http://orari.iulm.it/Orario/Didattica\\_IULM/2017-2018/index.html](http://orari.iulm.it/Orario/Didattica_IULM/2017-2018/index.html)

### **Modalità di svolgimento delle attività didattiche**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>Corso di 24 ore (3 CFU)</b>  | 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di un ciclo didattico.                        |
| <b>Corso di 48 ore (6 CFU)</b>  | 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre. |
| <b>Corso di 72 ore (9 CFU)</b>  | 3/4 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 3/4 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre. |
| <b>Corso di 96 ore (12 CFU)</b> | 4/5 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 4/5 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre  |

o 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni in entrambi i semestri.

*Per specifiche esigenze didattiche - opportunamente motivate dai Docenti - il Preside può autorizzare modalità di svolgimento delle attività didattiche diverse da quelle previste dal suddetto format.*

### **Riconoscimento delle carriere pregresse degli studenti provenienti da rinuncia agli studi**

Agli studenti iscritti al Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità, provenienti da rinuncia agli studi (alla IULM o in altro Ateneo), è possibile riconoscere la carriera pregressa in base ai seguenti criteri:

1. Corrispondenza in termini di CFU delle attività precedentemente svolte dallo studente comparate con quanto richiesto dal Corso di Studio;
2. Corrispondenza dei programmi dei corsi degli esami superati e verifica della non obsolescenza dei crediti precedentemente acquisiti. Possono essere riconosciuti solo quegli esami la cui data di superamento non sia superiore agli otto anni (solari) dalla data di richiesta di riconoscimento.

### **Riconoscimento delle carriere pregresse degli studenti provenienti da rinuncia agli studi**

Agli studenti iscritti al Corso di Laurea in Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa, provenienti da rinuncia agli studi (alla IULM o in altro Ateneo), è possibile riconoscere la carriera pregressa in base ai seguenti criteri:

1. corrispondenza in termini di CFU delle attività precedentemente svolte dallo studente comparate con quanto richiesto dal Corso di Studio;
2. corrispondenza dei programmi dei corsi degli esami superati e verifica della non obsolescenza dei crediti precedentemente acquisiti. Possono essere riconosciuti solo quegli esami la cui data di superamento non sia superiore agli otto anni (solari) dalla data di richiesta di riconoscimento.

### **Riconoscimento dei periodi di studio effettuati all'estero**

1. L'Università IULM favorisce gli scambi di studenti con Università straniere. Agli studenti sono fornite annualmente adeguate indicazioni ed informazioni sulle attività che possono essere svolte presso le sedi straniere e i relativi riconoscimenti.

2. Le attività svolte all'estero da studenti iscritti all'Ateneo anche nell'ambito di programmi di scambio con istituzioni universitarie straniere sono riconosciute valide ai fini della carriera scolastica e possono dare luogo all'acquisizione di crediti formativi, purché compiute nel rispetto delle norme di cui al presente articolo e delle determinazioni specifiche delle competenti strutture didattiche.

3. Possono essere riconosciute come attività di studio svolte all'estero:

- a) la frequenza di corsi di insegnamento;
- b) il superamento di esami di profitto, eventualmente da completare con prove integrative;
- c) le attività formative relative alla preparazione della prova finale per il conseguimento del titolo, e della tesi nel caso di corso di laurea magistrale, eventualmente usufruendo dell'assistenza di un docente straniero;
- d) le attività di laboratorio e quelle di tirocinio, secondo le determinazioni della competente struttura didattica.

4. Le modalità per il riconoscimento sono definite - con motivata delibera - dal Consiglio di Facoltà o dal Consiglio della struttura didattica competente.

5. Nella certificazione degli studi compiuti viene indicata anche l'attività svolta all'estero.

6. L'Università IULM può adottare, previo accordi a livello transnazionale con altre Università, curricula che concretizzino l'ipotesi di conseguimento di titoli di studio congiuntamente con altri Atenei Italiani e stranieri.

### **Prova finale**

Alla fine del percorso formativo gli studenti devono produrre un proprio elaborato di ricerca che consenta loro di mettere alla prova quanto appreso nel corso degli studi.

L'elaborato consiste in uno scritto compreso tra un minimo di 10.000 e un massimo di 20.000 parole, eventualmente integrato con immagini, filmati e altre appendici documentali.

Nello sviluppo dell'elaborato lo studente è assistito da un docente che lo aiuta nella definizione del tema da svolgere, nell'impostarlo e nella relativa ricerca bibliografica e documentale.

L'elaborato, una volta approvato dal docente, viene valutato da una commissione.