

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MARKETING, CONSUMI E COMUNICAZIONE
REGOLAMENTO DEI FIELDWORK CURRICULARI**

1. La frequenza ai fieldwork curricolari previsti al secondo anno della laurea Magistrale in Marketing Consumi e Comunicazione è obbligatoria e il relativo monte ore costituisce parte integrante dei crediti necessari all'acquisizione del titolo. Casi motivati di impossibilità a frequentare potranno essere valutati e approvati dal Coordinatore della laurea magistrale.
2. I gruppi di aula per ciascun indirizzo saranno suddivisi in gruppi di lavoro composti da un massimo di 6 studenti.
3. Agli studenti di ogni indirizzo sarà assegnato un numero massimo di tre brief aziendali, diversi per ciascun indirizzo.
4. I fieldwork saranno di tipo "competitivo". Alla fine le aziende daranno una valutazione agli elaborati realizzati dai gruppi di lavoro e produrranno una gerarchia di merito.
5. I fieldwork, si svolgeranno:
 - a. nel primo modulo del secondo semestre con incontri di 8 ore ciascuna una volta alla settimana (per un totale di 40-48 ore), nel periodo:
 - b. ciascun gruppo di lavoro dovrà concludere il progetto entro le date stabilite in fase di calendarizzazione dai Docenti responsabili di ciascun laboratorio, e produrre un documento/elaborato che verrà presentato e discusso in aula o a distanza alla fine del laboratorio stesso indicativamente entro la fine del I ciclo del II semestre.
6. Lo stesso documento, o altro costruito ad hoc in base alle indicazioni che saranno eventualmente indicate dalle aziende a tutela della riservatezza dei contenuti generati dai gruppi di lavoro, sarà fatto pervenire all'azienda "committente" che, di concerto con il team didattico, valuterà tutti i progetti individuando quello che ha raggiunto o più si avvicina agli obiettivi del brief a suo tempo fornito.
7. La presentazione finale dei lavori migliori e la relativa premiazione avverrà in un momento pubblico congiunto da tenersi in una data da stabilirsi, orientativamente all'inizio del secondo modulo nel secondo semestre. Qualora le condizioni della pandemia da COVID-19 non consentissero di svolgere la premiazione pubblicamente, sarà data opportuna comunicazione dell'esito della competizione. Per motivi di riservatezza, la comunicazione dei risultati raggiunti avverrà nella modalità concordata con l'azienda.
8. I gruppi d'aula saranno gestiti e supportati sul piano formativo da:
 - a. un docente titolare del fieldwork;
 - b. un tutor d'aula;
 - c. docenti della magistrale eventualmente chiamati dal docente titolare del fieldwork a fare interventi ad hoc per richiamare i contenuti formativi da loro trattati in aula;
 - d. uno o più rappresentanti delle aziende che hanno fornito i brief.
9. La partecipazione al fieldwork darà origine a un giudizio di idoneità con una valutazione che sarà formulata con le stesse modalità di quella utilizzata per la tesi di laurea (insufficiente; sufficiente; discreto; buono; ottimo; eccellente). Saranno previsti degli appelli ad hoc per la "verbalizzazione" dei risultati dei fieldwork all'interno delle sessioni di esame. Il presidente della commissione di esame che verbalizzerà ufficialmente gli esiti delle aule di ciascun indirizzo sarà il docente di riferimento dello stesso.
Tale giudizio sarà trasmesso alla commissione di tesi e andrà a concorrere alla valutazione finale della stessa.