



FACOLTÀ DI SOCIOLOGIA

BANDO DELLA LAUREA MAGISTRALE IN COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI (Classe LM 59 – Scienze della comunicazione d’impresa, pubblica e pubblicità)

A.A. 2009-2010

1. Titolo di ammissione

Presso la Facoltà di Sociologia dell’Università di Urbino è attivato nell’anno accademico 2009-2010 il corso di laurea Magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni. Il corso appartiene alla classe delle lauree magistrali in Scienze della comunicazione d’impresa, pubblica e pubblicità (Classe LM 59), ai sensi del D.M. 270/04 e del Decreto Ministeriale del 16 marzo 2007 in materia di “Determinazione delle classi delle lauree universitarie”.

Sono ammessi al corso di laurea magistrale, attraverso il superamento di una prova di ammissione, i cittadini italiani o stranieri in possesso di diploma di laurea, diploma di laurea triennale o diploma universitario di durata triennale, nonché titoli equipollenti conseguiti all’estero ai sensi della normativa vigente, e che dimostrino la conoscenza di almeno una lingua dell’Unione Europea, nel **numero massimo di 40**.

Sono ammessi senza debiti formativi i laureati triennali e quadriennali in Scienze della comunicazione. I laureati triennali in altre classi di laurea sono ammessi se sono in possesso dei requisiti curriculari definiti al successivo articolo (sub “Requisiti curriculari d’accesso”),.

Per l’ammissione al corso di laurea è inoltre richiesto il possesso di competenze e abilità di base relative all’uso corretto della lingua italiana in forma orale e scritta, all’informatica e alla lingua inglese.

2. Requisiti d’accesso

Ai fini dell’ammissione, i candidati che ne facciano domanda devono dimostrare di essere in possesso dei requisiti di accesso facendo pervenire adeguata certificazione alla presidenza del corso di laurea all’indirizzo roberta.bartoletti@uniurb.it (certificato di laurea con indicazione dell’epigrafe, dei settori scientifico-disciplinari e dei cfu di ogni esame di profitto e del voto finale di laurea).

Per essere ammessi al corso di laurea magistrale gli studenti devono essere in possesso di diploma di laurea, diploma di laurea triennale o diploma universitario di durata triennale, nonché titoli equipollenti conseguiti all’estero ai sensi della normativa vigente.

L’ammissione al corso di laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni è condizionato al possesso dei seguenti requisiti curriculari d’accesso e all’adeguatezza della personale preparazione.

2.1 Requisiti curriculari d’accesso

Per essere ammessi al corso di laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni gli studenti devono essere in possesso di conoscenze specifiche negli ambiti delle scienze della comunicazione, in particolare delle scienze mediologiche, semiotiche, linguistiche e informatiche, delle scienze umane ed economico-sociali, e nell’ambito delle discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche. Fra i requisiti curriculari d’accesso è inoltre prevista la conoscenza della lingua inglese.

Sono comunque considerati titoli idonei all’ammissione alla Laurea magistrale CPO, senza necessità di ulteriore verifica per quanto riguarda il possesso dei requisiti curriculari d’accesso e senza debiti formativi,

per motivi di continuità formativa, le seguenti lauree:

- L-20 Scienze della comunicazione ex D.M. 270/2004 di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero
- L 14 Scienze della comunicazione ex D.M. 509/1999 di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero
- Laurea quinquennale in Scienze della comunicazione V.O di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero

I laureati nelle altre classi di laurea sono in possesso dei requisiti curriculari d'accesso a condizione che nel curriculum individuale degli studi abbiano conseguito un numero minimo di 70 cfu nei seguenti SSD, di cui almeno 3 cfu per conoscenze informatiche e 6 cfu per lingua inglese:

INF/01 INFORMATICA

ICAR/17 DISEGNO

ING-INF/03 TELECOMUNICAZIONI

ING-INF/05 SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI

L-ART/04 MUSEOLOGIA E CRITICA ARTISTICA E DEL RESTAURO

L-ART/05 DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO

L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

L-ART/07 MUSICOLOGIA E STORIA DELLA MUSICA

L-FIL-LET/11 LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA

L-FIL-LET/12 LINGUISTICA ITALIANA

L-LIN/01 GLOTTOLOGIA E LINGUISTICA

L-LIN/12 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE

M-STO/04 STORIA CONTEMPORANEA

M-DEA/01 DISCIPLINE DEMOETNOANTROPOLOGICHE

M-FIL/01 FILOSOFIA TEORETICA

M-FIL/02 LOGICA E FILOSOFIA DELLA SCIENZA

M-FIL/03 FILOSOFIA MORALE

M-FIL/04 ESTETICA

M-FIL/05 FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI

M-PED/01 PEDAGOGIA GENERALE E SOCIALE

M-PED/03 DIDATTICA E PEDAGOGIA SPECIALE

M-PED/04 PEDAGOGIA SPERIMENTALE

M-PSI/01 PSICOLOGIA GENERALE

M-PSI/05 PSICOLOGIA SOCIALE

M-PSI/06 PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI

IUS/01 DIRITTO PRIVATO

IUS/09 ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

IUS/10 DIRITTO AMMINISTRATIVO

IUS/14 DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA

IUS/20 FILOSOFIA DEL DIRITTO

SECS-P/01 ECONOMIA POLITICA

SECS P/02 POLITICA ECONOMICA

SECS-P/06 ECONOMIA APPLICATA

SECS-P/07 ECONOMIA AZIENDALE

SECS-P/08 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

SECS-P/10 ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

SECS-S/01 STATISTICA

SECS-S/04 DEMOGRAFIA

SECS-S/05 STATISTICA SOCIALE

SPS/01 FILOSOFIA POLITICA

SPS/02 STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE

SPS/04 SCIENZA POLITICA

SPS/07 SOCIOLOGIA GENERALE

SPS/08 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

SPS/09 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI ECONOMICI E DEL LAVORO

SPS/10 SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO
SPS/11 SOCIOLOGIA DEI FENOMENI POLITICI
SPS/12 SOCIOLOGIA GIURIDICA, DELLA DEVIANZA E MUTAMENTO SOCIALE

I laureati triennali che non posseggano i requisiti curriculari di accesso possono essere ammessi alla laurea magistrale Cpo a condizione che recuperino il debito formativo entro il termine ultimo per le iscrizioni al corso di laurea magistrale, durante lo stesso percorso della laurea triennale, o anche – se è possibile – nei mesi intercorrenti tra la laurea triennale e la chiusura definitiva delle iscrizioni al corso di laurea magistrale. I debiti formativi, che non potranno essere comunque superiori a 45 cfu, potranno essere recuperati sostenendo ulteriori esami a scelta, nell'ambito dei suddetti Settori Scientifico Disciplinari, in eccesso ai 180 cfu necessari al conseguimento del titolo di laurea triennale, o attraverso la frequenza di corsi singoli dopo il conseguimento della laurea triennale.

2.2. *Verifica della preparazione personale*

Per tutti i laureati triennali che sono in possesso dei requisiti curriculari d'accesso, è inoltre prevista una verifica della adeguatezza della personale preparazione attraverso una specifica prova di accesso, consistente in una prova scritta e in una prova orale. La prova di accesso consisterà in una verifica delle competenze nell'area della conoscenza della lingua italiana e della redazione di testi e delle attitudini in termini di competenze comunicative, di creatività nella comunicazione e nella comunicazione pubblicitaria.

3. **Obiettivi**

Il corso di laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni intende sviluppare una preparazione teorica, metodologica ed empirica avanzata nei processi comunicativi e della pubblicità al fine di creare laureati esperti nella progettazione e gestione dei flussi di comunicazione interna ed esterna con capacità di pianificazione della comunicazione organizzativa, strategica ed integrata per un inserimento lavorativo in agenzie di comunicazione, imprese e organizzazioni pubbliche e private.

I laureati magistrali possiedono inoltre le competenze avanzate necessarie a concorrere a un Dottorato di ricerca in Scienze della comunicazione.

La Laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le organizzazioni prevede in tal senso l'acquisizione di:

- competenze metodologiche avanzate per la realizzazione di prodotti comunicativi e campagne pubblicitarie e promozionali;
- abilità specialistiche relative alle tecniche pubblicitarie nei settori dei mezzi di comunicazione, dell'industria culturale (editoria, cinema, teatro, radio, televisione, nuovi media) e dei consumi;
- competenze di creatività applicate alla comunicazione e alla progettazione di prodotti culturali e comunicativi;
- competenze specialistiche necessarie a svolgere funzioni di copywriting e account nelle agenzie di comunicazione e pubblicitarie;
- conoscenze specializzate sulle politiche operative della comunicazione e dell'informazione, anche sotto il profilo istituzionale, in particolare riguardo al settore della pubblicità e della comunicazione pubblica e di impresa;
- competenze specialistiche necessarie a svolgere funzioni di comunicatore pubblico;
- competenze e abilità avanzate relative alle strategie connesse alle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione in relazione alle dinamiche comunicative dell'e-government, dell'e-commerce, della comunicazione non convenzionale e del web marketing;
- competenze specialistiche in relazione alle più innovative strategie del marketing con particolare attenzione ai nuovi media e ai social media (social marketing, social media marketing);
- conoscenze specialistiche gestionali e organizzative, funzionali alla definizione della *corporate image* aziendale;
- competenze che consentano di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari

4. Insegnamenti

Il titolo è rilasciato, previo superamento della prova finale, agli studenti che abbiano acquisito almeno 120 CFU nel rispetto degli obblighi previsti dall'ordinamento didattico del corso di laurea magistrale. L'eventuale riconoscimento di CFU agli iscritti in possesso di laurea di durata superiore ai tre anni è effettuato attraverso delibere degli organi della laurea magistrale.

Il corso di laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni ha durata biennale. Il percorso formativo si articola in lezioni teoriche, laboratori, workshop professionalizzanti e in uno stage obbligatorio. E' previsto un obbligo di frequenza, nella misura del 50% delle ore di lezione dei corsi teorici e dei ¾ dei corsi a carattere laboratoriale.

Per il conseguimento del titolo gli studenti magistrali dovranno superare un massimo di 12 esami e conseguire un numero di crediti formativi universitari (Cfu) pari a 120. Ogni Cfu corrisponde a 25 ore di lavoro complessivo dello studente, e il tempo riservato allo studio personale o ad altre attività formative di tipo individuale dovrà essere pari ad almeno il 55% dell'impegno orario complessivo, con possibilità di percentuali minori per attività formative ad elevato contenuto sperimentale o pratico.

Il percorso formativo della laurea magistrale è articolato in un primo anno comune, dove si concentrano le discipline caratterizzanti e fondamentali, e un secondo anno articolato in due curricula:

a) curriculum in Creatività e Pubblicità, orientato prioritariamente a creare competenze nell'area della creatività pubblicitaria, oltre a competenze professionalizzanti nell'area della cultura e della comunicazione, coerentemente con la formazione di profili professionali nell'area della creatività della comunicazione, quali ad es. quello di copywriter;

b) un curriculum in Pubblicità, Marketing e Comunicazione d'impresa, orientato prevalentemente a formare profili professionali nell'area della pianificazione, progettazione e gestione dei processi comunicativi all'interno delle organizzazioni, quali ad es. account, comunicatore pubblico, addetto media, ecc.

Entrambi i curricula corrispondono a un numero di 12 esami.

PIANO DI STUDI

I anno

Disciplina	Settore Scientifico Disciplinare (SSD)	CFU	Tipo attività formativa
Teoria della società e processi culturali	SPS/08	5	Caratterizzante
Teoria e pratiche dell'immaginario	SPS/08	10	Caratterizzante
Teoria e pratiche della narrazione	SPS/08	5	Caratterizzante
Comunicazione pubblicitaria e linguaggi mediali	SPS/08	10	Caratterizzante
Sociologia dei consumi e del brand	SPS/08	10	Caratterizzante
Comunicazione pubblica	SPS/08	10	Caratterizzante
Totale n. di Cfu per I anno		50	
Totale esami I anno		6	

II anno
Curriculum Creatività e Pubblicità

Disciplina	Settore Scientifico Disciplinare (SSD)	CFU	Tipo attività formativa
Comunicazione d'impresa	SPS/08	5	Caratterizzante
Forme e linguaggi del cinema, della fotografia e dell'audiovisivo	L-ART/06	5	Affini e integrative
Design e creatività	ICAR/13	5	Affini e integrative
Laboratorio di copywriting	L-LIN/01	5	Affini e integrative
Laboratorio produzione video	L-ART/06	5	Affini e integrative
Totale n. di Cfu per II anno		25	
Totale esami I anno		5	

II anno
Curriculum Pubblicità, Marketing e Comunicazione d'impresa

Disciplina	Settore Scientifico Disciplinare (SSD)	CFU	Tipo attività formativa
Comunicazione d'impresa	SPS/08	5	Caratterizzante
Marketing corso avanzato	SECS-P/08	5	Affini e integrative
Comunicazione e marketing politico	SECS-P/08	5	Affini e integrative
Marketing territoriale e organizzazione eventi	SECS-P/08	5	Affini e integrative
Laboratorio scrittura giornalistica e ufficio stampa	L-LIN/01	5	Affini e integrative
Totale n. di Cfu per II anno		25	
Totale esami I anno		5	

A completamento del piano di studi relativo ad ogni curriculum gli studenti devono superare:

- Laboratorio di Business English (idoneità), 5 cfu (articolo 10, quinto comma, lettera d) del DM 270/2004)
- Stage, 10 cfu (articolo 10, quinto comma, lettera d) del DM 270/2004)
- attività a libera scelta dello studente per un totale di 10 cfu (articolo 10, quinto comma lettera a) del DM 270/2004);
- Prova finale, 20 cfu (articolo 10, quinto comma, lettera c) del DM 270/2004).

Al fine di garantire una formazione professionalizzante e coerente con gli obiettivi formativi del corso di laurea magistrale, verranno di anno in anno attivati con delibera del Consiglio di Facoltà almeno due dei seguenti insegnamenti da 5 cfu nell'ambito dei quali gli studenti potranno scegliere le attività a libera scelta, programmate nel secondo anno di corso:

- Laboratorio di media planning SPS/08
- Laboratorio jingle L-ART/07
- Laboratorio di scrittura creativa L-LIN/01

- Storia della pubblicità, M-STO/04

Con riferimento alle attività a scelta degli studenti, in conformità all'articolo 10, quinto comma, lettera a) del D.M. n. 270/04, spetta comunque al Consiglio di corso, anche sulla base delle indicazioni suggerite dalla Commissione preposta all'esame dei piani di studio individuali, accertarne la coerenza con il progetto formativo, come previsto dall' art. 10, comma 5, lettera a) del DM n. 270/2004.

Gli studenti dovranno presentare l'opzione per il curriculum entro settembre e il piano di studi per il secondo anno indicando il curriculum prescelto e le attività formative a libera scelta dello studente entro i termini stabiliti dal corso di laurea.

Non sono posti limiti agli esami sostenibili attraverso il programma Erasmus.

Gli studenti che intendono richiedere il riconoscimento di crediti formativi universitari per le attività lavorative svolte ovvero per le esperienze formative maturate di livello non universitario, devono presentare idonea documentazione al vaglio della Commissione incaricata e quindi ottenerne l'approvazione del Consiglio di corso. Il riconoscimento di crediti per tali attività non può comunque eccedere complessivamente i 60 CFU (art. 4 DM 16.3.07, Regolamento di Ateneo in materia di riconoscimenti di altre attività formative o professionali).

Nell'anno accademico 2009/2010 sono attivati gli insegnamenti corrispondenti al primo anno di corso.

5. Organizzazione e sede della didattica

Il corso ha durata legale di due anni. Le lezioni e le altre attività formative si svolgeranno quasi integralmente presso la Facoltà di Sociologia, nella sede di Pesaro, Villa Marina, in viale Trieste 296.

6. Domanda di ammissione

Le iscrizioni alla prova di ammissione al corso di laurea magistrale sono aperte da giovedì **16 luglio 2009 a venerdì 25 settembre 2009**.

Per l'ammissione i/le candidati/e dovranno compilare, in tutte le sue parti, la domanda di iscrizione, disponibile presso la Segreteria studenti della Facoltà di Sociologia, via Saffi 2 e presso la sede di Pesaro, viale Trieste 296. Lo studente potrà iscriversi alla prova di ammissione anche tramite web (<http://www.uniurb.it>), servizio **attivo dal 16 luglio 2009**, inserendo i propri dati anagrafici e le informazioni richieste. La copia (stampata) della domanda, debitamente firmata e corredata della documentazione prevista dovrà essere presentata alla Segreteria Studenti del corso di laurea di Pesaro (Sociologia di Pesaro) (Villa Marina, in viale Trieste 296) in orario di sportello: tutti i giorni dal lunedì al sabato dalle ore 9.30 alle ore 12.00; alternativamente la domanda può essere inviata per posta raccomandata, ma in questo caso dovrà pervenire entro i termini sopra indicati, al seguente indirizzo: Università degli Studi di Urbino, Segreteria Studenti della Facoltà di Sociologia, Corso di laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni, viale Trieste, 296 – 61100 Pesaro.

Nella domanda il/la candidato/a dovrà dichiarare:

- di essere in possesso del diploma di laurea, allegando il relativo curriculum di studi contenente settore disciplinare, moduli effettuati e CFU corrispondenti;
- di conoscere almeno una lingua dell'Unione Europea, oltre all'italiano, specificando la/e lingua/e conosciuta;
- di possedere le competenze informatiche di base richieste.

I candidati sono ammessi a sostenere le prove di accesso anche in mancanza della laurea, purché siano già in possesso dei requisiti curriculari e purché conseguano la laurea prima dell'immatricolazione alla laurea specialistica o magistrale, ossia entro il 6 novembre 2009.

Alla domanda devono essere allegati:

- 2 fotografie recenti formato tessera, firmate sul retro;
- le fotocopie in carta semplice del diploma di maturità ed eventuali altri titoli;
- la fotocopia di un documento valido di identità firmata dal candidato;
- il curriculum degli studi, comprendente l'elenco degli esami di profitto sostenuti, l'indicazione del titolo della tesi di laurea e il voto dell'esame finale di laurea;

- l'indicazione dell'indirizzo di posta elettronica a cui far pervenire le informazioni utili ai fini del concorso;
- la ricevuta del versamento di € 25,00 presso Banca Marche, Tesoreria Università di Urbino, specificando come causale del versamento "Laurea magistrale in Comunicazione e pubblicità per le organizzazioni" (tassa di partecipazione alla prova di accesso, non rimborsabile in caso di mancato espletamento del concorso).

La domanda dovrà pervenire entro le **ore 12 del 25 settembre 2009**, anche se spedita a mezzo raccomandata, all'Università degli Studi di Urbino, Segreteria Studenti della Facoltà di Sociologia, Corso di laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni, viale Trieste, 296 – 61100 Pesaro.

Gli studenti che richiedono benefici previsti dalle norme sul diritto allo studio (D.P.C.M- del 9 aprile 2001) dovranno presentare la domanda all'ERSU entro la data improrogabile prevista dal bando ERUSU.

7. Selezione e perfezionamento dell'iscrizione

La prova di accesso, finalizzata alla selezione dei 40 candidati ammissibili, è composta di una prova scritta e di una prova orale. La prova scritta si svolgerà in data **giovedì 8 ottobre 2009** alle ore 9.30, presso la Facoltà di Sociologia dell'Università di Urbino "Carlo Bo", sede di Pesaro, viale Trieste 296. Alla prova potranno partecipare tutti i candidati in possesso di un documento di identificazione che avranno presentato regolare domanda di iscrizione e che siano in possesso dei requisiti di cui al punto 6.

La prova orale è convocata per le ore 9 del giorno **venerdì 9 ottobre 2009**. L'espletamento della prova orale potrà svolgersi in più giornate, in questo caso i candidati riceveranno convocazione individuale via e-mail. La graduatoria finale degli ammessi sarà resa nota entro il 20 ottobre 2009 tramite affissione all'Albo della Segreteria Studenti del Corso di Laurea e verrà pubblicata sul sito www.uniurb.it/graduatorie. Gli esiti ufficiali della prova di selezione (prova scritta ed esito finale) verranno comunicati all'indirizzo e-mail fornito da ogni singolo candidato.

I candidati ammessi al corso in seguito al superamento della prova dovranno perfezionare la propria iscrizione facendo pervenire alla Segreteria Studenti di Pesaro, tassativamente **entro il 6 novembre 2009** la ricevuta del versamento della prima rata delle tasse (gli importi delle tasse per i corsi di laurea Specialistica sono consultabili sul sito www.uniurb.it). Il versamento deve essere effettuato entro il 6 novembre 2009 presso la Banca Marche, Tesoreria Università di Urbino, o presso qualsiasi altro istituto di credito (cfr. coordinate bancarie), specificando come causale del versamento "1° rata Laurea Magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni". Il mancato versamento delle quote di iscrizione entro i termini comporta l'esclusione dal corso.

Coordinate Bancarie Banca Marche (IBAN)	IT91H0605568700000000013607
--	-----------------------------

Una volta scaduti i termini della regolarizzazione dell'iscrizione da parte dei candidati ammessi alla selezione, il 6 novembre 2009, qualora risultassero regolarmente iscritti al primo anno un numero di studenti inferiore a 40, verranno ammessi al corso i candidati che occupano le posizioni immediatamente successive nella graduatoria, fino al raggiungimento del numero di 40. Se, esaurita la graduatoria degli ammessi risultassero vacanti dei posti, saranno resi disponibili fino al raggiungimento del numero di 40; in questo caso saranno accolte le domande in ordine cronologico di ricezione alla segreteria studenti entro la scadenza ultima del 31 dicembre 2009 (scadenza fissata dall'Ateneo per l'accoglimento delle iscrizioni alla laurea magistrale), e sono accettate preiscrizioni a condizione che il candidato consegua il titolo di laurea triennale entro il 20 dicembre 2009 e sia già in possesso dei requisiti curriculari al momento della preiscrizione. Tutti i candidati ammessi dovranno sostenere la verifica della adeguatezza della personale preparazione, come da art. 2, comma 2.

Gli studenti che intendono presentare richiesta di accesso alla 1° o 2° fascia delle tasse universitarie, devono presentare improrogabilmente entro il 31 dicembre 2009, presso la Segreteria Studenti della Facoltà di Sociologia di Pesaro, la documentazione (o l'autocertificazione) inerente le "condizioni economiche e

patrimoniali della famiglia di appartenenza” relativa all’anno 2007 (DI n° 109 /31 marzo 1998 e successive modificazioni) (cfr. parametri I.S.E.E. I.S.P.E. www.uniurb.it/it/offertadidattica/informazioni/iseeisce.php). Ulteriori informazioni in merito sono disponibili nel sito di Ateneo all’indirizzo <http://www.uniurb.it/offertadidattica/>. Per il pagamento della seconda rata delle tasse universitarie, gli studenti iscritti riceveranno presso la propria abitazione il bollettino MAV prestampato da utilizzare per il versamento. Il termine fissato per il pagamento è il 31 marzo 2010.

8. Prova finale e riconoscimento dei crediti

Per il conseguimento del titolo di laurea magistrale, i partecipanti dovranno sostenere una prova finale, in:

a. Elaborato di analisi e approfondimento di una tematica concordata con uno dei docenti del corso di laurea magistrale. L’elaborato, di natura teorica, metodologica o applicativa, deve essere pertinente con il percorso di studi magistrale e prevede una rassegna della letteratura, un inquadramento del problema e una trattazione esauriente che introduca elementi di originalità nel campo specifico di studi, una bibliografia essenziale ragionata con riferimenti alla letteratura innovativa e di respiro non solo nazionale.

b. Realizzazione di un elaborato di progetto in campi pertinenti al percorso della laurea magistrale concordato con uno dei docenti del corso di laurea magistrale (ad es. progetto di campagna pubblicitaria, di comunicazione non convenzionale, di comunicazione pubblica o sociale, di un sito web, immagine coordinata, prodotto multimediale, ecc.), con un inquadramento teorico e metodologico del progetto che ne argomenta le scelte e le caratteristiche e con rimandi alla letteratura delle principali discipline di riferimento (sociologia della comunicazione, semiotica, marketing, linguistica, ecc) a supporto del progetto e includa una valutazione critica del progetto in termini di fattibilità ed effetti (ricadute sui processi di comunicazione, ricadute sui processi sociali, ricadute economiche ecc).

La prova finale della Laurea magistrale, corrispondente a 20 cfu, deve presentare un livello di complessità, approfondimento e originalità nettamente superiore a quanto richiesto per la prova finale della laurea triennale.

Al superamento della prova finale sarà rilasciato agli iscritti il titolo di laurea magistrale in Comunicazione e pubblicità per le organizzazioni.

9. Informazioni

Le informazioni di carattere amministrativo e organizzativo sono disponibili sul sito di Ateneo www.uniurb.it, sul sito di corso di laurea www.uniurb.it/cpo o possono essere richieste alla Segreteria Studenti del corso di laurea magistrale Cpo all’indirizzo segreteria.cpo@uniurb.it, Tel. 0721/42351 o all’Ufficio Tutor Tel. 0721/423528.

Allegato 1

Modello di autocertificazione del possesso dei titoli per partecipare alla selezione per l'ammissione alla laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni entro la data del 6 novembre 2009

Al Magnifico Rettore

dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"

Il/la sottoscritto/a(cognome).....(nome),

..... (matricola),

laureando in (epigrafe corso di laurea triennale)

Presso la Facoltà dell'Università degli Studi.....

con la presente

CERTIFICA

che conseguirà il diploma di laurea in data (entro e non oltre il 6 novembre 2009)

.....

con una tesi dal titolo

relatore Prof.

Data...../...../.....

In fede

(firma)