

DECRETO RETTORALE
N°196 del 17/10/2012

IL RETTORE

VISTO il D.M. 3.11.1999, n 509;
VISTO il D.M. 22.10.2004, n 270;
VISTO lo Statuto dell'Università per stranieri "Dante Alighieri" di Reggio Calabria;
VISTO il Regolamento didattico di Ateneo;
VISTO il Regolamento per la realizzazione di Corsi di Master di 1° e di 2° livello
VISTO il parere favorevole espresso dal punto di vista didattico- scientifico del Comitato Ordinatore, nell'adunanza del 20 settembre 2012, circa l'espletamento del Corporate Master Universitario di II livello;
VISTA le delibere del Comitato Tecnico-Organizzativo del 20 luglio 2012 circa le condizioni economico-finanziarie per lo svolgimento del Master medesimo;
Quant'altro visto e considerato

DECRETA

È istituito e attivato per l'a.a. 2012/2013 il Corporate Master Universitario di II livello in "PROMOZIONE CULTURALE INTERNAZIONALE DEL TERRITORIO E DEL TURISMO - PITT"-

Art. 1

Attivazione ed obiettivi formativi

L'Università per Stranieri "Dante Alighieri" di Reggio Calabria, l'Istituto Piepoli; e l'associazione C3 international, Posto nove, attivano, ai sensi dell'art. 7 del Regolamento di Ateneo per la Realizzazione di Corsi di Master di I e di II livello, il Corporate Master Universitario di II livello in "PROMOZIONE INTERNAZIONALE DEL TERRITORIO E DEL TURISMO (acronimo-PITT)" per la valorizzazione del patrimonio storico-culturale e delle destinazioni turistiche, nonché delle produzioni enogastronomiche del Made in Italy nel mondo.

Obiettivo del corso è formare giovani capaci di valorizzare il proprio territorio.

A tal fine è emanato, per l'anno accademico 2012/2013, il Bando per l'ammissione di un numero minimo di 26 e massimo di 50 partecipanti - *salvo eventuali deroghe deliberate dal comitato tecnico scientifico* - di cui 30 posti per candidati italiani e 20 posti riservati a candidati stranieri.

Nell'ipotesi in cui i posti riservati a studenti stranieri non venissero totalmente coperti, i rimanenti posti verranno messi a disposizione degli studenti italiani.

Art. 2

Durata e calendario didattico

L'inizio delle attività formative, comprensive del periodo di stage, è previsto per il mese di gennaio 2013.

Il Master ha una durata di 1500 ore con conclusione nel mese di DICEMBRE 2013;

Il Master prevede la frequenza obbligatoria di almeno il 70% di ciascuno dei corsi programmati ed almeno il 70% delle attività seminari e di stage.

Il programma del Master ed i moduli d'iscrizione saranno disponibili sul sito <http://www.istitutopiepoli.it>.

Il Master si svolgerà presso la sede della Università per stranieri "Dante Alighieri" di Reggio Calabria, sita in Via del Torrione, 95, esso prevede la frequenza obbligatoria di almeno il 70% di ciascuno dei corsi integrati e ad almeno il 70 % delle altre attività formative (attività seminari e stage).

Art. 3

Percorso formativo

Il Master ha una struttura interdisciplinare volta a formare:

- Esperti nella valorizzazione del territorio e delle destinazioni turistiche regionali;
- Esperti nel Marketing e promozione dei beni culturali;
- Esperti in Marketing artistico-museale;
- Responsabile della comunicazione di enti o strutture turistiche;
- Esperti in organizzazione Grandi eventi culturali;
- Esperti in gestione del prodotto culturale;
- Esperti dei mercati internazionali per la promozione dei prodotti Made in Italy;
- Esperti in finanziamenti europei.

Nell'offerta sono incluse attività di orientamento e assistenza degli iscritti sulle prospettive di impiego, e di coaching a cura di esperti in RISORSE UMANE, che supporteranno sin dall'inizio del Master gli studenti ai fini di un ottimale incontro tra domanda e offerta nella fase di tirocinio, il placement nelle aziende avverrà pertanto in funzione delle aspettative/dei bisogni, ma anche della motivazione e del rendimento di ognuno.

Il programma, inoltre, prevede un'ampia sezione di studio e approfondimento della lingua inglese.

Le lezioni saranno tenute da docenti delle Università italiane e straniere e da manager, operanti nella cultura, nel marketing museale, nella internazionalizzazione, nel turismo, nella valorizzazione del Made In Italy.

Le attività del Master sono organizzate in corsi integrati, inquadrati all'interno di un percorso formativo che prevede l'acquisizione di sessanta (60) Crediti Formativi Universitari (CFU).

In particolare per le attività didattiche, sono previste attività seminari, periodi di stage ed il sostenimento di una prova finale.

Le attività didattiche sono organizzate secondo il seguente quadro sinottico:

ATTIVITA'	ORE	CFU
Attività didattiche STAGE E ATTIVITA' INTEGRATIVE	1250	50
Laboratori corsi specialistici e tesi	250	10
<i>TOTALE</i>	<i>1500</i>	<i>60</i>

I 60 crediti formativi sono suddivisi secondo le seguenti macroaree:

FASE A_ DIDATTICA

Le lezioni saranno tenute da docenti universitari e da esponenti del mondo del lavoro di elevata qualificazione professionale.

N COR	CORSO INTEGRATO	MATERIE	DESCRIZIONE	ORE FRO
1	RICERCHE SUL MERCATO TURISTICO	Marketing (12 ore- 2 CFU-) Statistica (12 ore 2 CFU) - VENDITA (12 ore 2 CFU) - PUBLIC SPEAKING (12 ore 2 CFU)	<i>Fornire le nozioni fondamentali degli aspetti gestionali e tecniche statistiche per l'analisi dei dati.</i>	62
		CASO PRATICO- presentazione INDAGINE SU LOCALITA' TURISTICA (14 ore 2 CFU)	<i>esercizio pratico</i>	
2	RELAZIONI ESTERE E PROMOZIONE CULTURALE INTERNAZIONALE	GESTIONE DI UN PROGETTO CULTURALE INTERNAZIONALE-METODI DI FUNZIONAMENTO DEGLI ISTITUTI DI CULTURA-LE RESPONSABILITA' DI UN DIPLOMATICO (24 ore 4 cfu)	<i>Dagli Istituti di Cultura a lezione-in aula con un noto diplomatico italiano</i>	24
3	WEB MARKETING E E- COMMERCE	Software per l'analisi E LA VENDITA ONLINE (6 ORE 1 CFU)	<i>Il caso pratico delle gestioni delle relazioni commerciali on line attraverso una prestigiosa banca</i>	6
		INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE (6 ORE 2CFU)	<i>dal giornalismo alla comunicazione pubblica</i>	12
4	RICERCHE DI MERCATO QUALITATIVE	Psicologia dei consumi e tecniche creative; (48 ORE 8 CFU);	<i>Utilizzare la psicologia per lo studio del comportamento del consumatore, attraverso un approccio teorico pratico</i>	48
5	COMUNICAZION E	Comunicazione Istituzionale e GESTIONE DI UN UFFICIO STAMPA DI UN EVENTO-STRATEGIA DI NAMING (30 ORE 5 CFU)	<i>I comunicatori delle istituzioni italiane forniranno strumenti e regole per lavorare nel campo della comunicazione</i>	30

6	RICERCHE DI MERCATO QUANTITATIVE	Sondaggi SU TURISMO (30 ORE 5 CFU)	Fornire gli strumenti per realizzare studi quantitativi ma anche saperli interpretare e utilizzare al meglio nello svolgimento del proprio ruolo	30
7	MODULI LINGUISTICI ADVANCED	Business English (30 ORE 5 CFU)	Fornire un livello di conoscenza advanced della lingua inglese con un approccio business oriented	30
		CINESE -OPZIONALE	Fornire un livello di conoscenza con un approccio business oriented	24
		Russo- OPZIONALE	Fornire un livello di conoscenza advanced con un approccio business oriented	24
		IL COLLOQUIO DI LAVORO IN INGLESE ROLE PLAYING (6 ORE 1 CFU)	HR MANAGEMENT- CONSIGLI DI SELF EMPOWERMENT E ROLE PLAYING CON PUCCI GRUPPO LOUIS VUITTON	6
8	RELAZIONI ISTITUZIONALI ED EVENTI	COMUNICAZIONE PUBBLICA	a lezione di ORGANIZZAZIONE EVENTI con uno dei nomi più noti della cultura in Calabria (significato di evento, rudimenti e differenza tra eventi e grandi eventi, obiettivi, mission, strategie, ideazione e progettazione stesura programma e business plan-comunicazione grandi eventi-LINEE GUIDA DELL'EVENTO-EVENTI ISTITUZIONALIZZATI)	30
9	INTERNAZIONALIZZAZIONE	STRATEGIA AZIENDALE E ECONOMIA (12 ORE 2 CFU)	COME PORTARE IL MADE IN ITALY ALL'ESTERO	6
			POLITICA EUROPEA E ECONOMIA INTERNAZIONALE	6
10	VALORIZZAZIONE DEI LUOGHI DELLA STORIA E DELLA FEDE	STORIA DELL'ARTE E DELLA FEDE IN CALABRIA (6 ORE 1 CFU)	<p>Il modulo si propone di ampliare la conoscenza storico culturale e identitaria del territorio, nell'ambito della fede, fornendo le competenze di base atte ad orientare costruttivamente l'esercizio della valorizzazione territoriale E approfondire la conoscenza nel senso del sacro dei luoghi e della tradizione storica.</p> <p>1. Identità e storia dei Santi nativi di Calabria 2. Fede, fascino e mistero 3. Luoghi e itinerari dello spirito: Santuari e Abazie 4. Culto e misticismo</p>	6
		STORIA DELL'ARTE E DELLA FEDE IN ITALIA (6 ORE 1 CFU)		18
TOTALE LEZIONI				362

FASE B_ LABORATORI E TESTIMONIAL DELLA CULTURA

Nel corso di laboratori pratici figure di spicco del mondo della cultura svilupperanno con gli studenti casi pratici di successo e prime simulazioni di *problem solving* aziendale.

B	TESTIMONIAL E LABORATORI	CFU	ORE FRONTALI
1	INCONTRO CON UN GRANDE REGISTA DI FAMA MONDIALE	1	6
2	INCONTRO CON IL DG ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE TURISTICHE ISNART	1	6
3	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E RAPPORTI ISTITUZIONALI	1	6
4	ENIT	1	6
5	FONDAZIONE ROMA EUROPA	1	6
6	INCONTRO CON DG DEL MUSEO MAXXI	1	6
7	PUBLIC RELATIONSHIP MANAGEMENT	1	6
8	UNIVERSITA DI BOLOGNA	1	6
9	RESPONSABILE MARKETING GOOGLE	1	6
10	RESPONSABILE EVENTI DI LOTTOMATICA	1	6
11	MARKETING TERRITORIALE E TURISTICO	1	6
		11	66

FASE C_ LE ECCELLENZE

SARANNO POSSIBILI VISITE GUIDATE PRESSO AZIENDE, ISTITUZIONI E STRUTTURE TURISTICHE DI PUNTA IN COMPAGNIA DEI RISPETTIVI RESPONSABILI

Le eccellenze imprenditoriali, dell'organizzazione e della comunicazione anche calabresi che porteranno la loro testimonianza forniranno strumenti per migliorare le vendite, internazionalizzare l'azienda, parleranno di come affrontano il ricambio generazionale, di tecniche emozionali per il project management, di responsabilità, di etica e soprattutto forniranno consigli e suggerimenti per un miglior collocamento nel mondo del lavoro .

C	LE ECCELLENZE	CFU	ORE
1	SEGRETARIO GENERALE SOCIETÀ "DANTE ALIGHIERI"	1	6
2	VISITA AZIENDALE CAFFE MAURO	1	6
3	VISITA AZIENDALE CAFFO	1	6
4	VISITA AZIENDALE CALLIPO GROUP-STABILIMENTO GELATI E POPILIA RESORT	1	6
5	VISITA AZIENDALE LABORATORIO ORAFO DEL MAESTRO GERARDO SACCO	1	6
6	VISITA AZIENDALE STABILIMENTO LIQUIRIZIA AMARELLI	1	6
7	VISITA AZIENDALE STABILIMENTO LIBRANDI	1	6
8	VISITA AZIENDALE DE TOMMASO	1	6
9	ORGANIZZAZIONE DI UN EVENTO <i>a cura di:</i> FONDAZIONE MAGNA GRECIA	1	6
10	NOTO GIORNALISTA E SCRITTORE DI REPUBBLICA	1	6
TOTALE		10	60

Al termine di ogni modulo formativo sono previste verifiche singole.

I contenuti del Master sono delineati in funzione delle richieste provenienti dal mondo del lavoro, soprattutto dei settori marketing museale e territoriale, comunicazione, turismo, internazionalizzazione.

Le fasi A., B., C si svolgono con formula week-end nelle giornate di venerdì e sabato.

Inoltre, verranno erogati **corsi specialistici introduttivi e di supporto** - che saranno coordinati dal un esperto in risorse umane.

COD	MATERIA	corso specialistici
A	INGLESE	INGLESE DI BASE
B	TEAM BUILDING E ASSESS	COMPORAMENTO SUL LUOGO DI LAVORO
C	FONDAMENTI DI STORIA DELL'ARTE	DISAMINA DEI GIACIMENTI CULTURALI

FASE STAGE_ D

GLI STAGE SI SVOLGERANNO IN TUTTA ITALIA ED ALL'ESTERO CON UN PROGRAMMA MODULARE DI ORE IN AZIENDA ED ORE INDIVIDUALI.

Nella fase di stage lo studente concorda con l'azienda o con l'ente ospitante un progetto formativo in linea con le esigenze del mercato e con il profilo professionale dello studente stesso.

Il *tutor* dell'azienda/ente ospitante supervisiona e guida le attività dello stageur e esprime giudizio di rendimento relativamente a:

- Correttezza;
- Puntualità;
- Velocità di Apprendimento;
- Impegno;
- Capacità di gruppo;
- Problem solving

Al termine delle attività didattiche sono previste *quattro sessioni* di verifica, in cui sarà valutata la conoscenza acquisita dai candidati, delle singole materie relative ad ogni corso integrato; le modalità di svolgimento delle verifiche saranno disposte sulla base di linee guida omogenee definite dal Comitato Tecnico-Scientifico in accordo con i docenti di riferimento di ogni materia.

Il superamento delle verifiche costituisce **condizione essenziale** per accedere alla prova finale.

La prova finale consisterà nella elaborazione individuale e discussione di una tesi scritta. Al superamento di tale prova è subordinato il conferimento del Diploma di Master di II livello.

Art. 4

Ammissione e modalità di selezione

Sono ammessi alla frequenza del corso di Master di II livello gli studenti italiani e stranieri degli Stati UE ed extra-UE in possesso del diploma di laurea quadriennale (vecchio ordinamento) o di laurea specialistica (nuovo ordinamento) conseguiti presso Università italiane ovvero di altro titolo

di studio equipollente riconosciuto idoneo secondo la normativa vigente. Il titolo di studio deve essere posseduto alla data di scadenza del presente Bando. Non possono essere ammessi alla frequenza del Master i candidati iscritti ad altro Corso di Laurea, Diploma di Laurea, Dottorato di Ricerca, Scuola di Specializzazione, Istituto d'Istruzione Superiore o Master della stessa o altra Università in Italia o all'estero.

Il Corso prevede un numero minimo di 26 e massimo di 50 partecipanti - derogabile su valutazione del Comitato Tecnico Scientifico, nella misura massima del 60% dei posti già coperti - di cui 30 posti per candidati italiani e 20 posti riservati a candidati stranieri.

Nell'ipotesi in cui i posti riservati a studenti stranieri non venissero totalmente coperti, i rimanenti posti verranno messi a disposizione degli studenti italiani.

Nel caso di domande pervenute in numero superiore a quello massimo previsto, sarà stilata una graduatoria sulla base del superamento del colloquio motivazionale, di un test preliminare d'inglese, del voto di laurea e di eventuali titoli prodotti (assegni di ricerca, titolo di dottore di ricerca, master). La selezione verrà effettuata da un'apposita Commissione nominata e presieduta dal Direttore del Master.

La Commissione attribuirà ai candidati un punteggio secondo i seguenti criteri:

a) **Titoli di Laurea :**

- voto inferiore a 100: 2 punti
- voto da 100 a 104: 4 punti
- voto da 105 a 110: 6 punti
- Con lode: 1 punto

b) **Titolo di dottore di ricerca:** punti 5

eventuali assegni di ricerca: 3 punti

c) **Master e Corsi di Alta Formazione già conseguiti :** 2 punti per ciascun master o corso.

Posti gli obiettivi formativi del Master e il suo carattere professionalizzante, la valutazione dei titoli prodotti riguarderà, in particolare, la maggiore coerenza tra il profilo di ingresso e le caratteristiche della figura professionale in uscita.

A conclusione della selezione delle domande di ammissione pervenute, la graduatoria di merito sarà pubblicata sul sito internet <http://www.unistrada.it>

La pubblicazione costituirà notifica per gli interessati. In caso di parità di punteggio sarà preferito il candidato più giovane di età.

I candidati, che figurano nei primi 50 posti, acquisiscono il diritto di partecipare al Corso e dovranno regolarizzare l'iscrizione entro cinque giorni dalla data di pubblicazione della citata graduatoria.

I **moduli d'iscrizione** saranno disponibili sul sito internet <http://www.istitutopiepoli.it> alla voce *Master Universitario di II livello in: "PROMOZIONE INTERNAZIONALE TURISMO E TERRITORIO -PITT-*".

Decorso il termine per l'iscrizione, in caso d'intervenuta rinuncia o mancata iscrizione saranno ammessi al corso candidati, nello stesso numero dei rinunciatari secondo l'ordine della graduatoria

finale, a condizione che essi provvedano, entro cinque giorni dalla comunicazione da parte della Commissione suddetta, al pagamento della tassa di iscrizione.

Il corso si svolge con formula weekend, il venerdì e sabato, ed è aperto anche a studenti lavoratori, previa documentazione del datore di lavoro e previa autorizzazione del Comitato Scientifico, per gli stessi sono previste formule agevolate sia per l'obbligo di frequenza in aula che per lo stage.

Art. 5

Domanda di ammissione

La domanda di ammissione, reperibile sul sito: www.istitutopiepoli.it , deve essere stampata, sottoscritta con firma autografa e presentata *brevi manu* presso la Segreteria dei corsi di Laurea ovvero spedito a mezzo raccomandata con avviso di ricevimento all'Università per Stranieri "Dante Alighieri" – RETTORATO – via del Torrione, 95 – 89125 Reggio Calabria, improrogabilmente entro il **30 novembre 2012**.

Per le domande spedite a mezzo posta farà fede la data di spedizione del timbro postale.

Alle domande dovranno essere allegati i seguenti documenti:

- a) Certificato di laurea specialistica o laurea vecchio ordinamento in carta semplice con indicazione del voto riportato nell'esame finale o autocertificazione ai sensi del D.P.R. 28/12/2000 n° 445;
- b) Certificazione dell'attività eventualmente svolta;
- c) Due foto formato tessera;
- d) Copia fotostatica di un documento di riconoscimento valido;
- e) Copia fotostatica del codice fiscale;
- f) Autocertificazione di conoscenza della lingua italiana (per gli studenti stranieri).

Nelle domande dovranno essere indicate con esattezza l'indirizzo o domicilio in Italia, il numero di telefono, l'indirizzo di posta elettronica del candidato per la notifica di eventuali comunicazioni.

Sulla busta andranno indicati chiaramente nome, cognome, indirizzo del mittente e il riferimento di partecipazione al Master II livello "PITT".

Una copia della domanda senza allegati deve essere inviata via e-mail a millytucci@istitutopiepoli.it o inoltrata via fax al numero della sede di Roma FAX **06/36000917**

A conclusione delle operazioni di ammissione l'Istituto Piepoli redigerà e trasmetterà all'Università una dettagliata relazione contenente tutte le informazioni utili per i riscontri e gli accertamenti previsti dal precedente art. 3, in conformità a quanto prescritto dall'art 7 del Regolamento universitario.

Art. 6

Tasse e Contributi

La tassa di iscrizione è stabilita nella misura di € 11.700 (IVA inclusa), da corrispondere in **un acconto di € 700 euro da versare all'Istituto Piepoli** e due rate successive da € 5.500 euro cadauna (la prima entro il 15 dicembre 2012, la seconda entro il 30 aprile 2013) sempre da versare all'Istituto Piepoli.

Entro giorni cinque dalla pubblicazione della graduatoria per l'iscrizione al Master è richiesto il versamento integrale dell'acconto, pari a € 700,00, sul conto corrente bancario 2372 intestato a Istituto Piepoli presso il Credito Bergamasco, Agenzia n. 89 di Roma (IBAN:

IT32S0333603200000000002372) presentando entro gli stessi termini copia della ricevuta presso la segreteria del MASTER indicandone la causale (**Iscrizione “PITT”**).

Successivamente al versamento dell’acconto sarà rilasciato all’interessato insieme alla ricevuta, il certificato di iscrizione al Master.

Si ricorda che il titolo è valido anche all’estero ed è finanziabile con voucher della Regione Calabria. Per informazioni sui voucher INFOLINE 3288344650 millytucci@istitutopiepoli.it

Il pagamento integrale del contributo è, in ogni caso, condizione indispensabile per sostenere l’esame finale e per partecipare allo stage con apposita assicurazione antinfortunistica.

Il versamento dei diritti di segreteria e delle rate dell’importo della tassa di iscrizione non saranno rimborsati per alcun motivo.

Le tasse di iscrizione potranno essere rimborsate solamente nel caso in cui il Master non venga attivato.

Art. 7 **Verifica del Profitto**

Durante il corso saranno previste **4** prove intermedie valutative. Ogni prova conterrà argomenti di due corsi integrati, le prove saranno finalizzate a verificare il grado di comprensione degli argomenti trattati, attraverso la valutazione del livello di apprendimento, che potrà, altresì, essere effettuata, secondo programmi e frequenza stabiliti dal Comitato Scientifico, in sessioni di tutoraggio telematico attraverso chat e video-chat.

Al termine delle attività didattiche, dei laboratori e degli 11 seminari è previsto l’espletamento di una prova di verifica complessiva del profitto che sarà effettuata sulla base di linee guida omogenee definite dal Comitato Scientifico.

La valutazione finale della prova sarà espressa in trentesimi da una Commissione composta da cinque membri secondo quanto disposto dal successivo art.8.

Gli esami si svolgeranno nella sede dell’Università.

Il superamento della prova di verifica con un voto pari ad almeno 18/30 e la certificazione dell’avvenuta partecipazione alle attività integrative e/o complementari costituiscono condizione per accedere alla discussione della tesi finale.

Art.8 **Discussione della tesi finale e conferimento del titolo**

Il conferimento del Titolo avverrà in data fissata dal Comitato Tecnico Scientifico, previa elaborazione, individuale o per gruppi, e discussione di una tesi scritta avente ad oggetto un argomento assegnato dal Comitato medesimo su tematiche ricadenti nelle discipline oggetto dei moduli di insegnamento, privilegiando, per quanto possibile, le preferenze espresse da ciascun allievo.

La Commissione per la discussione della tesi finale è composta da almeno 3 docenti designati dal Comitato tecnico scientifico.

Il superamento della prova finale è attestato mediante il rilascio del relativo titolo di Master Universitario di II livello.

La votazione finale è prevista in centodecimi.

Art. 9

Titolo di studio

A conclusione del Corso di studio, ai partecipanti che abbiano adempiuto gli obblighi previsti dal presente Bando e che abbiano superato l'esame finale sarà rilasciato, ai sensi dell'art. 17 e 19 dello Statuto, nonché dell'art. 5 del Regolamento Didattico di Ateneo, e dell'art. 1 del Regolamento per la realizzazione di corsi di master di I e II livello, adottato dall' Università per Stranieri "Dante Alighieri" , il diploma di **Master Universitario di II livello in: “Promozione internazionale del turismo e del territorio”**, ai sensi della l.n.341/1990 e del D.M. n. 270/2004, con una votazione finale espressa in 110/110 e l'acquisizione di 60 crediti formativi.

Art. 10

Trattamento dei dati personali

Ai sensi del D.lgs. 196/2003, l'Università per Stranieri “Dante Alighieri” e l'Istituto Piepoli si impegnano a rispettare il carattere riservato delle informazioni fornite dai candidati. Tutti i dati forniti saranno trattati solo per le finalità connesse allo svolgimento del corso e all'eventuale gestione del rapporto didattico amministrativo con l'Università nel rispetto delle disposizioni vigenti.

Art. 11

Note e avvertenze

Nel caso in cui dalla documentazione presentata risultino dichiarazioni false, indicazione di dati non corrispondenti al vero e l'uso di atti falsi – fermo restando le sanzioni penali previste dal codice penale e dalle leggi speciali in materia e come previsto dagli artt. 75 e 76 DPR 445/2000 – il candidato sarà automaticamente escluso dal corso e perderà tutti i benefici conseguiti.

Art. 12

Norma finale

Per quanto non previsto dal presente Bando, si rinvia alle disposizioni legislative vigenti in materia ed al Regolamento universitario riguardante la istituzione ed il funzionamento dei corsi di Master.

IL RETTORE
(Prof. Salvatore Berlingò)