

## 21 - INDICE DELLA MATERIA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

<b>M118V - Master in comunicazione istituzionale, organizzazione e servizi digitali .....</b>	<b>pag. 2</b>
B348V - Comunicazione istituzionale e amministrazione: la visione nazionale e internazionale .....	pag. 4
B379V - La comunicazione e l'organizzazione: strutture, progettazione, strumenti .....	pag. 5
B360V - Strumenti e tecniche della comunicazione parlata .....	pag. 6
B352V - I prodotti e i linguaggi di comunicazione .....	pag. 7
B355V - Strumenti e tecniche della comunicazione scritta .....	pag. 8
B423V - Le relazioni istituzionali e l'immagine: criteri e tecniche .....	pag. 9
B417V - Comunicazione e amministrazione digitale: accessibilità, usabilità, qualità siti e portali ....	pag. 10
B380V - Tecnologie e servizi digitali: dal codice dell'amm.ne digitale alla gestione dei contenuti .....	pag. 11
B333V - Gli uffici stampa: finalità e funzioni; organizzazione e attività .....	pag. 12
<b>M164V - Master in scrittura efficace tradizionale e web .....</b>	<b>pag. 13</b>

# M118 MASTER IN COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE, ORGANIZZAZIONE E SERVIZI DIGITALI

## DURATA

24 giorni, pari a 144 ore  
articolato in otto moduli frequentabili anche singolarmente

## PERIODI DI SVOLGIMENTO

10-11-12-13-14-15 maggio 2010  
14-15-16-17-18-19 giugno 2010  
20-21-22-23-24-25 settembre 2010  
18-19-20-21-22-23 ottobre 2010

## ORARIO

8,45 - 14,45

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

euro 3.850,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

## PROGETTO E DIREZIONE SCIENTIFICA

**Prof. Elisabetta ZUANELLI**

Ordinario di Comunicazione digitale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"  
Ordinario di Comunicazione istituzionale, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, Ministero dell'Economia e delle Finanze  
Presidente del Centro di ricerca e sviluppo sull'e-content (CReSEC)

## RELATORI

**Dott. Mirto BUSICO**

Consulente ICT

**Dott.ssa Sofia CAMBARERI**

Esperta di comunicazione istituzionale e culture della materia

**Prof. Rino CAPUTO**

Preside della Facoltà di Lettere e Filosofia, Università di Roma "Tor Vergata"

**Dott. Massimo M. de MEO**

Esperto di Tecniche legislative - Dir. editoriale "Iter legis" RISL

**Dott. Alberto Pedro DI SANTO**

Esperto tecnologie multimediali

**Prof.ssa Cristiana LARDO**

Ricercatrice presso la Facoltà di Lettere e Filosofia, Università di Roma "Tor Vergata"

**Prof.ssa Emanuela PIEMONTESE**

Ordinario di Didattica delle lingue moderne, Direttore Dipartimento di studi filologici, linguistici e letterari - Università di Roma "La Sapienza"

**C.P.R. Paolo POMATI**

Responsabile Ufficio Stampa, Università degli Studi del Piemonte Orientale "A. Avogadro"

**Ing. Saverio RUBINI**

Funzionario dell'Agenzia delle Entrate

**Dott.ssa Federica SILVESTRINI**

Dirigente Ministero dell'Economia e delle Finanze

**Avv. Alessandra TOMA**

Esperta normativa comunicazione istituzionale

**Prof.ssa Michela ZOMPETTA**

Ricercatrice presso la Facoltà di Lettere e Filosofia, Università di Roma "Tor Vergata"

**Prof.ssa Elisabetta ZUANELLI**

Presidente del Centro di ricerca e sviluppo sull'e-content (CReSEC)

## **DESTINATARI**

Il Master risponde all'esigenza di qualificare in maniera specifica il personale e i responsabili delle funzioni di comunicazione, organizzazione e informatizzazione interna ed esterna nelle aziende e amministrazioni pubbliche con particolare attenzione alla semplificazione delle procedure, all'efficacia dell'azione amministrativa e ai servizi on line.

## **OBIETTIVI**

Qualificazione specialistica teorico-pratica di responsabili e addetti in ordine alle attività di pianificazione, progettazione, programmazione e gestione della comunicazione e informazione interna ed esterna, delle relazioni istituzionali e dell'organizzazione con tecnologie avanzate (e-Europe, i-Europe, e-government).

## **MODALITA' DI SVOLGIMENTO E DURATA DEI CORSI**

Il Master generale è articolato in otto moduli, ciascuno della durata di **18 ore, frequentabili a scelta anche separatamente**. Per i **responsabili degli U.R.P. e strutture assimilate** (l. 150/2000 e regolamento attuativo, d.P.R. 422/01), gli interventi formativi devono avere una durata minima di **90 ore** per il personale che alla data di entrata in vigore del regolamento svolga l'attività di comunicazione od informazione **da almeno due anni**, e di **120 ore** ove il periodo sia inferiore. Per il **restante personale**, i corsi devono avere una durata minima di **60 ore** se con anzianità nella funzione di **almeno due anni**, e di **90 ore** ove il periodo sia inferiore.

**PROGRAMMA** (per i contenuti dei singoli moduli si vedano le pagine seguenti)

### **1° modulo (B348):**

10-11-12 maggio 2010

**Comunicazione istituzionale e amministrazione: la visione nazionale e internazionale**

### **2° modulo (B379):**

13-14-15 maggio 2010

**La comunicazione e l'organizzazione: strutture, progettazione, strumenti**

### **3° modulo (B360):**

14-15-16 giugno 2010

**Strumenti e tecniche della comunicazione parlata**

### **4° modulo (B352):**

17-18-19 giugno 2010

**I prodotti e i linguaggi di comunicazione**

### **5° modulo (B355):**

20-21-22 settembre 2010

**Strumenti e tecniche della comunicazione scritta**

### **6° modulo (B423):**

23-24-25 settembre 2010

**Le relazioni istituzionali e l'immagine: criteri e tecniche**

### **7° modulo (B417):**

18-19-20 ottobre 2010

**Comunicazione e amministrazione digitale: accessibilità, usabilità, qualità di siti e portali**

### **8° modulo (B380):**

21-22-23 ottobre 2010

**Tecnologie e servizi digitali: dal codice dell'amministrazione digitale alla gestione dei contenuti**

## **VALUTAZIONE FINALE**

A richiesta dei partecipanti sarà rilasciato il titolo di Master con valutazione finale espressa in sessantesimi a chi:

- abbia frequentato l'intero Master
- presenti una ricerca
- discuta quest'ultima, unitamente ad altri argomenti dei seminari, nel colloquio finale

## **B348** **Comunicazione istituzionale e amministrazione: la visione nazionale e internazionale**

### **DURATA**

3 giorni

### **DATE**

10-11-12 maggio 2010

### **ORARIO**

8,45 - 14,45

### **QUOTA DI PARTECIPAZIONE**

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

### **RELATORI**

**Dott. Massimo M. de MEO**

Esperto di Tecniche legislative - Dir. editoriale "Iter legis" RISL

**Avv. Alessandra TOMA**

Esperta di normative istituzionali

**Prof.ssa Elisabetta ZUANELLI**

Ordinario di Comunicazione digitale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Ordinario di Comunicazione istituzionale, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, Ministero dell'Economia e delle Finanze

### **Principi ed istituti di trasparenza ed accesso ai documenti e alle informazioni nell'ordinamento italiano.**

Il diritto d'accesso, la partecipazione, il responsabile del procedimento, la trasparenza dell'azione amministrativa, correlati al diritto all'informazione ed al principio di pubblicità dal 1986, con particolare attenzione alla l. 150/2000 e alla l. 15/05, riforma organica della l. 241/90, sia sotto l'aspetto operativo, sia per la funzione di comunicazione istituzionale.

**I principi di trasparenza ed accesso alle informazioni nel quadro normativo comunitario.** Dal Trattato di Maastricht (1992) al Trattato di Lisbona (2007); al Regolamento n. 1049/2001 alla direttiva 4/2003/CE (di modifica della precedente direttiva n. 90/313/CEE), recepita in Italia con d.l.vo 195/05 sull'accesso del pubblico all'informazione e l'intreccio con la "Convenzione sull'accesso alle informazioni, la partecipazione dei cittadini e l'accesso alla giustizia in materia ambientale" Aarhus (Danimarca 1998); al Programma di Azione per la riduzione degli oneri amministrativi nell'Unione Europea (Comunicazione della Commissione Europea del 24/1/07).

**Organizzazione, comunicazione, informatizzazione: e-Europe ed e-government.** Il triangolo organizzativo: comunicazione, organizzazione, informatizzazione. Il quadro europeo: linee d'azione e programmi. La comunicazione interpersonale, la comunicazione istituzionale e pubblica, la comunicazione digitale, la comunicazione politica, la comunicazione pubblicitaria, la comunicazione normativa: modelli e tecniche.

## B379 La comunicazione e l'organizzazione: strutture, progettazione, strumenti

### DURATA

3 giorni

### DATE

13-14-15 maggio 2010

### ORARIO

8,45 - 14,45

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

### RELATORI

**Dott.ssa Sofia CAMBARERI**

Esperta di comunicazione istituzionale e cultore della materia

**Prof.ssa Elisabetta ZUANELLI**

Ordinario di Comunicazione digitale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Ordinario di Comunicazione istituzionale, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, Ministero dell'Economia e delle Finanze

### OBIETTIVI

**Sviluppare conoscenze teoriche e applicative** sulle nozioni di comunicazione e organizzazione in chiave pubblico-istituzionale per responsabili e addetti in aziende e amministrazioni pubbliche.

### PROGRAMMA

**Gli obiettivi di comunicazione e il piano annuale di comunicazione.** Come costruire i progetti di comunicazione interna ed esterna. Prodotti, servizi ed eventi di comunicazione. Tecniche e strumenti di monitoraggio: la *customer satisfaction*. *Stakeholder* e *opinion leader*: strumenti e attività di comunicazione e relazione. Il bilancio di comunicazione e il ritorno sugli investimenti (ROI).

**Le strutture di comunicazione e informazione e le nuove professionalità.** Gli Uffici per le relazioni con il pubblico (URP), gli uffici informazione e comunicazione, gli sportelli informativi, gli sportelli unici, gli uffici virtuali di comunicazione, gli uffici stampa, la redazione Web, ecc.; il coordinamento tra le strutture.

## B360 Strumenti e tecniche della comunicazione parlata

### DURATA

3 giorni

### DATE

14-15-16 giugno 2010

### ORARIO

8,45 - 14,45

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

### RELATORI

**Prof.ssa Michela ZOMPETTA**

Ricercatrice presso la Facoltà di Lettere e Filosofia, Università di Roma "Tor Vergata"

**Prof.ssa Elisabetta ZUANELLI**

Ordinario di Comunicazione digitale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Ordinario di Comunicazione istituzionale, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, Ministero dell'Economia e delle Finanze

### PROGRAMMA

**Competenze e tecniche della comunicazione orale.** L'italiano parlato. La progettazione del parlato. Redigere i testi parlati, inserire gli elementi paralinguistici, l'intonazione, ritmo e l'accento, scelte stilistiche. Esempi di testi parlati ed esercitazioni. Scrivere per il parlato: come preparare un intervento parlato. Pianificare e definire i contenuti.

**Attività, servizi nel parlato ed eventi.** Gli sportelli fisici, le comunicazioni telefoniche, i call center. Le riunioni di lavoro: organizzazione, gestione e risultati. Gli eventi istituzionali: tipologie, obiettivi, organizzazione, risorse.

## B352 I prodotti e i linguaggi di comunicazione

### DURATA

3 giorni

### DATE

17-18-19 giugno 2010

### ORARIO

8,45 - 14,45

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

### RELATORI

#### **Prof. Rino CAPUTO**

Preside della Facoltà di Lettere e Filosofia, Università di Roma "Tor Vergata"

#### **Prof.ssa Emanuela PIEMONTESE**

Ordinario di Didattica delle lingue moderne, Direttore Dipartimento di studi filologici, linguistici e letterari - Università di Roma "La Sapienza"

#### **Prof.ssa Elisabetta ZUANELLI**

Ordinario di Comunicazione digitale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Ordinario di Comunicazione istituzionale, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, Ministero dell'Economia e delle Finanze

### OBIETTIVI

**Trasferire concetti e modalità tecniche** di analisi e redazione di testi e generi di comunicazione parlata e scritta. Sviluppare specifiche **abilità di redazione** di contenuti in forma scritta e parlata, con supporti tradizionali e tecnologici.

### PROGRAMMA

**La comunicazione verbale e non verbale: tipologie e generi.** Parlato e scritto: somiglianze e differenze. La comunicazione efficace e le abilità di comunicazione. Testo e testualità. I prodotti di comunicazione parlata e scritta, analisi ed esercitazioni: l'intervista, il discorso, la riunione di lavoro, i testi normativi, la modulistica, gli avvisi pubblici, la relazione, la direttiva, il comunicato.

**L'italiano contemporaneo: varietà e tratti.** L'italiano medio. Varietà e caratteristiche. Le tipologie testuali. Funzionalità e tecniche di scrittura, la leggibilità dei testi delle amministrazioni pubbliche. il Codice di stile.

## B355 Strumenti e tecniche della comunicazione scritta

### DURATA

3 giorni

### DATE

20-21-22 settembre 2010

### ORARIO

8,45 - 14,45

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

### RELATORI

**Dott. Alberto Pedro DI SANTO**

Esperto tecnologie multimediali

**Prof.ssa Cristiana LARDO**

Ricercatrice presso la Facoltà di Lettere e Filosofia, Università di Roma "Tor Vergata"

**Prof.ssa Elisabetta ZUANELLI**

Ordinario di Comunicazione digitale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Ordinario di Comunicazione istituzionale, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, Ministero dell'Economia e delle Finanze

### OBIETTIVI

Sviluppare le competenze e le abilità di ideazione e costruzione di testi/generi di comunicazione scritta su contenuti tematici diversi.

### PROGRAMMA

**La comunicazione scritta: pianificazione ed editing.** Pianificare il testo. Modelli e norme redazionali. La stesura iniziale del testo e la sua revisione. Tipologie testuali e destinatari. La struttura testuale e i formati del testo. Le forme di scrittura e la punteggiatura. Le citazioni e i riferimenti bibliografici (note e bibliografie). La correzione delle bozze.

Criteri compositivi, organizzazione della informazione. Interazione immagine; lettering; supporto grafico. Gerarchie, rapporto con le immagini, punti di attenzione e ritmi. Gabbia editoriale e divisione dello spazio grafico. Tipografia nella immagine coordinata, il marchio sociale e di prodotto.

## B423 Le relazioni istituzionali e l'immagine: criteri e tecniche

### DURATA

3 giorni

### DATE

23-24-25 settembre 2010

### ORARIO

8,45 - 14,45

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

### RELATORI

**C.P.R. Paolo POMATI**

Responsabile Ufficio Stampa, Università degli Studi del Piemonte Orientale "A. Avogadro"

**Prof.ssa Elisabetta ZUANELLI**

Ordinario di Comunicazione digitale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Ordinario di Comunicazione istituzionale, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, Ministero dell'Economia e delle Finanze

### PROGRAMMA

**Le relazioni interne ed esterne e l'immagine istituzionale.** Tipologia di relazioni istituzionali. Le relazioni istituzionali nazionali e internazionali, il piano immagine, gli eventi e le campagne di comunicazione, il marketing istituzionale e la *customer satisfaction*.

Contatti diretti con i media. Personalizzazione del servizio. Coordinamento tra gli uffici che si occupano di comunicazione e informazione istituzionale. Applicazioni pratiche all'analisi di contesto ed esempi di attività.

## **B417** **Comunicazione e amministrazione digitale: accessibilità, usabilità, qualità di siti e portali**

### **DURATA**

3 giorni

### **DATE**

18-19-20 ottobre 2010

### **ORARIO**

8,45 - 14,45

### **QUOTA DI PARTECIPAZIONE**

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

### **RELATORI**

**Ing. Saverio RUBINI**

Funzionario dell'Agencia delle Entrate

**Prof. Elisabetta ZUANELLI**

Ordinario di Comunicazione digitale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Ordinario di Comunicazione istituzionale, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, Ministero dell'Economia e delle Finanze

Presidente del Centro di ricerca e sviluppo sull'e-content (CReSEC)

### **PROGRAMMA**

**Progettare e gestire il Web: la comunicazione digitale.** Tipologie di siti e portali e qualità dei servizi. Architettura di conoscenza e di comunicazione. La progettazione dei siti. Le competenze professionali. La gestione del sito. Servizi informativi, operativi, transattivi. Analisi e applicazioni.

**Qualità, accessibilità e usabilità.** Il 3WC, le norme ISO e la normativa italiana. Contenuti e interfacce. Interfaccia editoriale e funzionalità d'interazione. Il design di contenuto, il design di conoscenza, il design grafico, il design di navigazione. La scrittura nel Web. La nozione di accessibilità in Italia e all'estero. Le specifiche tecnologiche.

**B380**

**Tecnologie e servizi digitali: dal codice dell'amministrazione digitale alla gestione dei contenuti**

**DURATA**

3 giorni

**DATE**

21-22-23 ottobre 2010

**ORARIO**

8,45 - 14,45

**QUOTA DI PARTECIPAZIONE**

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

**RELATORI**

**Dott. Mirto BUSICO**

Consulente ICT

**Ing. Saverio RUBINI**

Funzionario dell'Agenzia delle Entrate

**Dott.ssa Federica SILVESTRINI**

Dirigente Ministero dell'Economia e delle Finanze

**OBIETTIVI**

Sviluppare la **conoscenza del rapporto comunicazione-organizzazione-tecnologia** e le **tecniche** di analisi e redazione dei contenuti organizzativi e dei servizi in chiave tecnologica.

**PROGRAMMA**

**Content management, knowledge management: prodotti e open source.** Il Content management, il knowledge management e le intranet. I CRM. Open source e sicurezza.

**La fornitura di servizi in rete.** Ambiente operativo, architettura informatica apparecchiature di rete, server applicativi, interoperabilità con altre strutture. Tipi di applicazioni in rete. Accesso a banche dati. Trasmissione sicura documenti. Registrazione documenti e organizzazione attività condivise.

**Norme e servizi di comunicazione in rete.** Il codice dell'amministrazione digitale, privacy, protocollo informatico, firma digitale, posta certificata. Ambiente e sicurezza: i virus informatici, la gestione, crittografia.

## B333

### Gli uffici stampa: finalità e funzioni; organizzazione e attività

#### DURATA

3 giorni

#### DATE

13-14-15 maggio 2010

#### ORARIO

8,45 - 14,45

#### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

euro 640,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

#### RELATORI

**Dott. Gaetano GRASSO**

Docente di comunicazione strategica, pubblica ed elettorale

**Dott. Roberto OLIVIERI**

Capo Ufficio Stampa Provincia di Bologna

Questo seminario può prendere il posto del 2° modulo B379 all'interno del **Master in comunicazione istituzionale, organizzazione e servizi digitali**, per chi è interessato al percorso per Uffici stampa.

#### PROGRAMMA

**L'evoluzione dal segreto d'ufficio ad Internet.** Trasparenza e ufficio stampa. La visibilità giornalistica. Informazione e comunicazione. Internet e giornalismo. Pubblico e mercato. La società dell'informazione. Opinione e relazioni pubbliche. Strategia di comunicazione. **Un lungo percorso alla ricerca dell'identità.** Nascita dell'ufficio stampa moderno. L'articolazione della comunicazione pubblica: aree, strutture e professionalità. Comunicatori e giornalisti. La strumentazione dell'ufficio stampa. I giornalisti dell'ufficio stampa. Il riconoscimento professionale. Come opera l'ufficio stampa: tra importanza e "notiziabilità". Il comunicato stampa, quando si usa come si scrive: brevi esercitazioni pratiche. La conferenza stampa. La rassegna stampa. Breve panoramica sugli altri strumenti della comunicazione scritta. La comunicazione e l'informazione in situazioni di crisi e d'emergenza.

# M164

## MASTER IN SCRITTURA EFFICACE TRADIZIONALE E WEB

**DURATA**  
5 giorni

**PERIODO DI SVOLGIMENTO**  
24-25-26-27-28 maggio 2010

**ORARIO**  
9,00 - 14,30

**QUOTA DI PARTECIPAZIONE**  
euro 1.030,00 + IVA 20% (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

### RELATORI

**Dott.ssa Antonella BERNINI**

Esperta di comportamento organizzativo e di tecniche di comunicazione efficace

**Dott.ssa Flavia TRUPIA**

Esperta di tecniche di comunicazione aziendale

Saper comunicare scrivendo significa esprimersi con chiarezza, precisione linguistica, capacità di analisi e sintesi, presentandosi con una veste grafica espressiva e stimolante. Esistono, a questo proposito, tecniche adeguate per ottenere il massimo grado di efficacia nei messaggi scritti, il cui obiettivo primario è avere le risposte attese. Saper strutturare i testi in funzione degli obiettivi, degli interlocutori e dei contesti sono gli argomenti principali trattati nel Master.

### OBIETTIVI

Ottenere capacità di analisi e sintesi, precisione di linguaggio e organizzazione strutturale nel redigere i messaggi. Fornire strumenti concreti per mirare i messaggi agli obiettivi desiderati, snellendo le procedure scritte interne alle organizzazioni. Creare l'impatto grafico-visivo adeguato al conseguimento dei risultati desiderati.

### PROGRAMMA

Gli elementi di base nella comunicazione organizzata. I principi di scrittura e la definizione degli obiettivi di comunicazione. Le cause di incomprensione nel linguaggio e le ambiguità d'interpretazione. Un modello linguistico di precisione: il Metamodello. La "fisiologia" del foglio e del messaggio scritto. La rappresentazione grafica e il rapporto forma/contenuto in un documento. Analisi dei codici linguistici nei linguaggi specifici. La posta elettronica: il grado di efficacia nei messaggi e-mail e lo stile di scrittura. Il periodo. Il testo. Scrivere "semplice" o scrivere "complicato": paratassi e ipotassi. La traduzione dall'italiano all'italiano: come semplificare testi complessi. Regole generali per scrivere con chiarezza. Affrontare il foglio bianco: come iniziare? La punteggiatura. Le principali norme redazionali. La redazione dei testi per il web. Aspettative, codici culturali, codici linguistici e ruolo del lettore. Condizioni per una comunicazione scritta efficace: focalizzazione sul destinatario, chiarezza, concisione, concretezza, personalità. Previsione delle mosse del lettore. Obiettivo, contesto, strategia. La documentazione: tecniche per prendere appunti. Raccolta, creazione e organizzazione delle idee. Struttura del testo in funzione dell'obiettivo e del lettore: discorso informativo, descrittivo, narrativo, persuasivo, prescrittivo, ottativo. Il verbale, la relazione di lavoro, il comunicato stampa, il redazionale, la newsletter, il discorso in pubblico.

### VALUTAZIONE FINALE

A richiesta dei partecipanti sarà rilasciato il titolo di Master con valutazione finale espressa in sessantesimi a chi:

- abbia frequentato l'intero Master
- affronti gli argomenti trattati in una prova finale