

**PROPOSTA DI ATTIVAZIONE  
MASTER DI I LIVELLO - A.A 2019-2020**

(coerentemente alle linee guida del regolamento dei corsi di alta formazione dell'Università degli Studi di Messina)

|   |
|---|
| <b>A. TITOLO DEL MASTER</b>   |
| <b>MASTER DI I LIVELLO IN<br/>CONSUMATORE<br/>MEDIA DIGITALI E TUTELE</b> |

|   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| <b>B. STRUTTURA DI RIFERIMENTO</b>                                      |                                   |
| Dipartimento  | DIPARTIMENTO DI GIURISPRUDENZA    |
| Data delibera di Dipartimento Approvazione Master                       |                                   |
| Sede del Master   | Università degli Studi di Messina |
| Strutture, attrezzature e spazi utilizzati per lo svolgimento dei corsi | Università di Messina             |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>C. ENTE DI GESTIONE</b>     |  |
| Interno                        | Esterno  |
| Dipartimento di Giurisprudenza | AGCOM, Autorità per le garanzie nelle comunicazioni<br>Convenzione Università di Messina-Agcom |

|   |                               |
|---|-------------------------------|
| <b>D. TIPOLOGIA E DURATA DEL MASTER</b> |                               |
| <b>NUOVA PROPOSTA</b>                   |                               |
| DURATA                                  | 12 mesi                       |
| NUMERO ORE DI FREQUENZA PREVISTO        | 300 ore di lezioni e seminari |
| TOLLERANZA DELLE ASSENZE PREVISTA       | 25%                           |

|   |          |
|---|----------|
| NUMERO CREDITI UNIVERSITARI RICONOSCIUTI  | 60 CFU   |
| DATA PRESENTAZIONE RELAZIONE FINALE EDIZIONE PRECEDENTE (da allegare al format) |          |
| LNGUA   | Italiano |
| SITO WEB DEL MASTER   |          |

| <b>E. PARTECIPANTI</b>          |   |                                  |    |
|---------------------------------|---|----------------------------------|----|
| Numero minimo per l'attivazione | 20  | Numero massimo per l'attivazione | 40 |
| Titoli di accesso               | Laurea triennale o vecchio ordinamento, ovvero titolo di livello superiore, in qualsiasi Classe di Laurea.  |                                  |    |
| Modalità di selezione           | <p>La selezione avverrà sulla base del possesso dei requisiti indicati nel bando, con riserva di colloquio motivazionale. I requisiti prescritti devono essere posseduti alla data di scadenza del termine stabilito per la presentazione delle domande.</p> <p>Qualora il numero delle domande risultasse superiore al numero di posti previsti, verrà organizzata una prova di selezione basata su test a risposta multipla. I quesiti riguarderanno competenze di base nel settore del diritto dei consumatori e dell'informazione.</p> <p><b>Parametri di valutazione selezione comparativa/ colloquio motivazionale (punteggio massimo 60):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Presentazione del candidato (padronanza delle conoscenze in ambito criminologico, prospettive lavorative future e di spendita del titolo):</u> fino a 15 punti</li> <li>- <u>Voto di laurea:</u> fino a 5 punti</li> <li>- <u>Dissertazione di laurea in temi inerenti a quelli trattati dal Master:</u> fino a 5</li> <li>- <u>Pregresse attività professionali/tirocini/stage svolti nei settori di afferenza rispetto al Master:</u> fino a 10 punti</li> <li>- <u>Altri titoli di studio:</u> fino a 10 punti</li> <li>- <u>Pubblicazioni scientifiche su temi attinenti al Master:</u> fino a 15 punti</li> <li>- <u>Parametri di valutazione eventuale prova scritta:</u> fino a 15 punti</li> </ul> |                                  |    |

## F. STRUTTURA ORGANIZZATIVA

|   |                   |        |                                 |
|---|-------------------|--------|---------------------------------|
| Numero dei Componenti del Comitato tecnico scientifico  |                   |        | 9                               |
| <b>Componenti interni</b>   |                   |        |                                 |
| Cognome e Nome  | qualifica         | SSD    | Dipartimento                    |
| Astone Maria Annunziata   | PO                | IUS/01 | Giurisprudenza                  |
| Fazio Eugenio   | PA                | IUS/01 | Giurisprudenza                  |
| Federico Angelo   | PO                | IUS/01 | Giurisprudenza                  |
| Centorrino Marco  | RU                | SPS/08 | Civiltà Antiche e Moderne       |
| <b>Sono componenti di diritto inoltre i componenti della Commissione di programmazione di cui all'art. 7 della Convenzione, indicati dall'Università di Messina e dall'Agcom:</b> |                   |        |                                 |
| Cognome e Nome  | Qualifica         | SSD    | Ruolo                           |
| Moschella Giovanni  | PO                | IUS/09 | Dipartimento scienze giuridiche |
| Martusciello Antonio  | ST                | SPS/07 | Commissario AGCOM               |
| Del Vecchio Paolo   | Avvocato di Stato | //     | Agcom                           |
| Nasti Ivana   | Avvocato          | //     | Dirigente AGCOM                 |

### Direttore proposto:

|                         |    |        |                |
|-------------------------|----|--------|----------------|
| Astone Maria Annunziata | PO | IUS/01 | Giurisprudenza |
|-------------------------|----|--------|----------------|

### Tutori n.4

### Ufficio di segreteria amministrativa

Struttura: Segreteria amministrativa del Dipartimento di Giurisprudenza  
Referente: dott. Maurizio Pinnizzotto (Segretario amministrativo del Dipartimento)

## G. DESCRIZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO

## **Destinatari:**

Il **Master** è indirizzato a:

- a) laureati orientati verso le professioni emergenti legate all'uso dei *digital media*;
- b) dipendenti/collaboratori di amministrazioni pubbliche operanti nei settori dell'informazione, della comunicazione e della tutela dei consumatori e utenti;
- c) operatori nei settori dell'informazione e della comunicazione che intendono approfondire conoscenze e competenze nei settori in espansione dei *digital media*.

## **Finalità del master e adeguatezza al mercato del lavoro del processo formativo proposto:**

Il Dipartimento di Giurisprudenza e l'Autorità garante per le Comunicazioni organizzano il Master di I Livello in **“Tutela dei consumatori, media digitali e regolazione del mercato”**.

L'obiettivo è quello di fornire una specifica formazione a coloro che intendono approfondire le tematiche del diritto dei consumatori e degli utenti con particolare riferimento al mercato e all'economia digitale, e alla loro regolazione mediante lo studio e l'acquisizione del quadro normativo di riferimento e delle regole riguardanti le Autorità indipendenti e l'Autorità garante per le comunicazioni; nonché le modalità, anche pratiche, per difendere i diritti dei consumatori dinanzi alle stesse Autorità.

La formazione dei partecipanti, considerato che il Master si rivolge pure ai dipendenti della P.A, sarà completata con uno studio guidato sui principi e sulle regole dell'organizzazione e dell'azione amministrativa delle Pubbliche Amministrazioni, preposte al governo della comunicazione elettronica e delle autorità di regolazione coinvolte (Autorità garante per le comunicazioni, Autorità Antitrust, Garante Privacy). Una particolare attenzione verrà, altresì, riservata alla disciplina delle procedure ad evidenza pubblica, ove si proporrà un approfondimento sulle Linee Guida Anac, e alle principali questioni giuridiche relative alla tutela del consumatore, in ordine ai profili pubblicistici.

Obiettivo del master è anche quello di formare esperti nel settore della comunicazione, in grado di essere competitivi all'interno di un mercato del lavoro sempre più caratterizzato dalla pervasiva diffusione dei media digitali, nonché di offrire un aggiornamento delle competenze a chi è già professionalmente attivo all'interno di questo settore.

Il percorso formativo, infatti, offrirà anche strumenti funzionali a quelle attività legate, in particolare, alla gestione strategica dei media digitali e ciò può rappresentare un'innovativa opportunità di crescita professionale per le persone e, allo stesso tempo, essere occasione di sviluppo del territorio, accrescendo la dimensione del “Capitale umano” (che include, tra l'altro, competenze digitali di base e avanzate). Le competenze relative alla comunicazione digitale, infatti, trovano campo di applicazione in moltissimi settori: dalla Pubblica amministrazione alla promozione turistica, dalla comunicazione politica alla comunicazione d'impresa, dalle attività legate al giornalismo e all'informazione a quelle connesse alla tutela legale.

### **Obiettivi specifici:**

Il Master si propone come scopo la formazione di personale specializzato nella difesa degli interessi collettivi e individuali dei consumatori, attraverso lo studio e la conoscenza del quadro legislativo riguardante i diritti dei consumatori, i media tradizionali e i media digitali (piattaforme online, social).

L'obiettivo è quello di favorire la conoscenza di tutti gli istituti fondamentali del diritto dei consumatori nel sistema giuridico italiano e sovranazionale, fornendo le competenze necessarie per operare e fornire consulenza in relazione alle problematiche consumeristiche più rilevanti.

Lo studio dei diritti del consumatore e della relativa tutela costituirà uno strumento per verificare le regole del mercato e per analizzare le peculiarità della disciplina del contratto, della pubblicità, della responsabilità e della tutela. Il master si svolgerà nel quadro delle più recenti normative in materia e degli orientamenti giurisprudenziali interni ed europei vigenti.

Inoltre considerato lo sviluppo esponenziale della rete telematica e del sempre maggiore rimaster all'uso di Internet, costituisce obiettivo del master anche quello di promuovere la conoscenza delle problematiche relative ai diritti dell'informazione e di internet. In tale contesto appare necessario individuare gli strumenti di tutela che l'ordinamento giuridico offre per la tutela dei diritti fondamentali degli utenti di Internet, con particolare riferimento ai minori, e garantire un adeguato aggiornamento professionale a tutti coloro che a vario titolo sono chiamati a garantire il godimento dei diritti e degli interessi fondamentali delle persone umane e dei soggetti deboli.

### **Obiettivi formativi e di apprendimento:**

Il Master è stato progettato per analizzare tutte le tematiche riguardanti il rapporto tra consumatori e mercato, sia sotto il profilo soggettivo, sia con riguardo agli interessi tutelati, (e in particolare le figure del consumatore, del professionista, delle associazioni di categoria), nonché per verificare il ruolo delle Autorità indipendenti nella tutela degli interessi consumeristici.

Inoltre, dovrà garantire strumenti di base riguardanti la *media strategy* e le dinamiche connesse al mondo dell'informazione nell'era digitale.

Per il conseguimento di tale risultato saranno previsti accanto alle lezioni, esercitazioni, seminari, prove pratiche e i partecipanti saranno assistiti individualmente da tutor che li accompagneranno nel percorso sia in aula, sia anche mediante collegamenti telematici.

Il coordinamento tra le dimensioni teoriche e pratiche sarà mirato a fornire, in maniera ampia e approfondita, le competenze utili a operare in una molteplicità di contesti.

### **Modalità di consultazione del Comitato Tecnico-Scientifico con le parti interessate e/o studi di settore per valutare l'adeguatezza del processo formativo proposto**

Il CTS si riunirà periodicamente al fine di monitorare la congruità e/o l'adeguatezza del piano formativo alla luce dell'offerta formativa di altri Master universitari aventi lo stesso oggetto attivi sul territorio regionale e nazionale, del raggiungimento degli obiettivi di programmazione e delle specifiche esigenze dei discenti.

Saranno somministrati ai discenti questionari di valutazione su tutti gli insegnamenti erogati e sulle attività seminariali.

L'articolazione del piano formativo presentato dal CTS nella proposta di Master tiene conto delle esigenze di mercato, delle aspettative e delle richieste delle imprese del settore e

dell'articolazione di corsi analoghi e simili sul territorio nazionale e regionale.

### **Profilo professionale e sbocchi professionali e occupazionali:**

Il Master intende formare i seguenti profili professionali:

- esperti di diritto dei consumatori e del mercato, con acquisita capacità di analizzare e applicare le normative italiane ed europee;
- avvocati dotati di competenze adeguate per esercitare l'attività professionale dinnanzi alle Autorità Amministrative indipendenti e, soprattutto, all'Autorità Antitrust, Agcom e Garante Privacy;
- esperti di diritto dell'informazione, dipendenti della P.A. che svolgono l'attività a tutela dei diritti degli utenti e consumatori, esperti legali in imprese;
- esperti in attività di tutela dei consumatori presso associazioni di categoria dei consumatori o presso enti e autorità il cui compito è di tutelare i consumatori;
- studenti che intendono arricchire il loro bagaglio di conoscenza in materia.

## **H. ARTICOLAZIONE ED ORGANIZZAZIONE DIDATTICA DEL MASTER**

### **Descrizione del piano didattico:**

Il piano di studi prevede 1.500 ore di attività formativa, che consentono l'acquisizione di 60 CFU, articolate in conformità ai regolamenti di ateneo secondo il seguente prospetto:

- 240 ore di attività didattica frontali (40 CFU)
- 60 ore di seminari (6 CFU)
- 200 ore per attività di stage/tirocinio (8 CFU)
- 150 ore per redazione e discussione dell'elaborato finale (6 CFU)
- 850 ore per studio individuale e con assistenza di docenti

Oltre alle ore d'aula, lo studio individuale verterà su esercitazioni, predisposizione progetti ecc.

**Modalità di accompagnamento dei corsisti:**

I corsisti saranno seguiti per l'intera durata del Master dai tutors universitari. Ad ognuno corsista sarà assegnato un tutor di riferimento.

L'assistenza del tutor riguarderà sia le attività didattiche sia l'attività di stage/tirocinio previste, durante la quale il tutor universitario svolgerà il ruolo di referente del tutor dell'Ente.

**Tipologia e modalità di svolgimento di verifiche intermedie e della prova finale:**

Sono previste verifiche intermedie sotto forma di esercitazioni.

La prova finale consisterà nella redazione e discussione di un elaborato, con il supporto di uno dei docenti del master, che dovrà prevedere l'analisi di un caso di studio scelto dal candidato.

- **Verifiche intermedie:** verifica articolata in domande a risposta multipla e/o domande a risposta aperta su ciascuno degli insegnamenti previsti.

- **Verifiche di recupero:** (test a risposta multipla o esame orale) in caso di esito insufficiente delle verifiche intermedie.

- **Prova finale:** redazione e discussione di tesi. La votazione finale sarà espressa in centodecimi.

**Determinazione del voto di partenza all'esame di Master**

Per la determinazione del voto di partenza all'esame di Master, il computo della media dei voti riportati negli esami di profitto sarà effettuato secondo il metodo della media aritmetica, prendendo in considerazione tutti i risultati espressi in trentesimi presenti nella carriera dello studente. Ai fini del calcolo della media, alle votazioni di trenta e lode è assegnato il valore 31 (trentuno). Il risultato così ottenuto sarà quindi espresso in centodecimi (ossia moltiplicato per 110 e diviso per 30). Tale valore costituirà il voto di partenza all'esame di master che, in presenza di eventuali decimali, dovrà essere arrotondato per difetto o per eccesso (tra 0,01 e 0,50 l'arrotondamento sarà in difetto, da 0,51 in su sarà in eccesso).

**Punti attribuibili**

Al voto di partenza potranno aggiungersi fino ad un massimo di 6 centodecimi per la tesi. La lode accademica potrà essere attribuita al candidato con voto di partenza non inferiore a 103. Al voto di partenza così determinato la Commissione potrà aggiungere fino a 2 punti per l'assidua e proficua frequentazione e partecipazione alle attività del master. Al voto così determinato potrà aggiungersi un ulteriore centodecimo se necessario per raggiungere la votazione di 100, 105 o 110.

Carico di docenza interna

Superiore al 50 %

Schema dell'articolazione didattica del master (sequenzialità degli argomenti, attinenza ai vari settori scientifico-disciplinari, tempo dedicato a ciascun modulo, eventuali CFU):

## PRIMO MODULO

**8 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI (CFU) - ORE 48**

### **CONSUMATORE E MERCATO LA REGOLAZIONE DEL CONFLITTO**

| <i>Modulo</i>   | <i>Obiettivi formativi specifici e contenuti</i>   | <i>SSD</i> | <i>Ore</i> |
|---|--|------------|------------|
| <b>Il diritto dei consumatori nel sistema delle fonti</b> | <b>La Tutela del Consumatore nel diritto interno e europeo<br/>Il TUE e TFUE<br/>La Carta dei diritti fondamentali dell'U.E<br/>Il ruolo della giurisprudenza della CGE<br/>Le direttive e i regolamenti</b> | IUS/01     | 6          |
| <b>I Codici di settore</b>                                | <b>Il Codice del Consumo<br/>Il codice delle Comunicazioni elettroniche<br/>Il codice europeo di Comunicazioni elettroniche</b>  | IUS/01     | 6          |
| <b>I soggetti: nozioni e definizioni</b>                  | <b>Il consumatore<br/>Il professionista<br/>Le associazioni dei consumatori</b>  | IUS/01     | 6          |



|                                     |   |        |   |
|-------------------------------------|---|--------|---|
| <b>I diritti dei consumatori</b>    | <b>I diritti fondamentali dei consumatori nel TFUE e nel Codice del Consumo</b>   | IUS/01 | 6 |
|                                     | <b>Il diritto all'informazione ed alla trasparenza</b><br><b>Le pratiche commerciali scorrette</b><br><b>La pubblicità commerciale</b>  | IUS/01 | 6 |
| <b>Il contratto del consumatore</b> | <b>La formazione del contratto</b><br><b>I contratti fuori sede e a distanza.</b><br><b>I contratti informatici</b><br><b>I contratti aventi ad oggetto servizi digitali</b><br><b>La disciplina delle clausole vessatorie.</b><br><b>Nullità di protezione</b> | IUS/01 | 6 |
|                                     | <b>La vendita di beni di consumo e la garanzia di conformità</b><br><br><b>Il contratto di credito ai consumatori</b>   | IUS/01 | 6 |
|                                     | <b>Accesso alla giustizia:</b><br><b>Azione inibitoria</b><br><b>Azione di classe</b>   | IUS/01 | 6 |

## SECONDO MODULO

**8 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI (CFU) - ORE 48**

### **LA TUTELA DEI CONSUMATORI E UTENTI DI SERVIZI DI COMUNICAZIONE ELETTRONICA**

| <i>Modulo</i>   | <i>Obiettivi formativi specifici e contenuti</i> | <i>SSD</i> | <i>Ore</i> |
|---|--|------------|------------|
| <b>Il codice di comunicazione elettronica</b>   | <b>I principi e i soggetti</b>                   | IUS/01     | 12         |
|   | <b>I servizi di comunicazione elettronica</b>    | IUS/01     | 6          |
| <b>Il trattamento dati personali nell'ambito dei servizi di comunicazione elettronica</b> | <b>La disciplina e le regole</b>                 | IUS/01     | 12         |

|                                |                                   |        |    |
|--------------------------------|-----------------------------------|--------|----|
| <b>Il sistema di controllo</b> | <b>L'attività di monitoraggio</b> | IUS/01 | 12 |
|                                | <b>Le sanzioni amministrative</b> | IUS/01 | 6  |

**TERZO MODULO**  
**7 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI (CFU) - ORE 42**

**LE TUTELE**

| <i>Modulo</i>          | <i>Obiettivi formativi specifici e contenuti</i>  | <i>SSD</i>                 | <i>Ore</i> |
|------------------------|---|----------------------------|------------|
| <b>Gli organi</b>      | <b>Le Autorità Amministrative indipendenti<br/>L'Autorità Garante per le comunicazioni<br/>Il decentramento</b>   | IUS/01<br>IUS/10<br>IUS/09 | 6          |
| <b>Le controversie</b> | <b>Le forme di giustizia alternativa: ADR E ABF</b>   | IUS/01<br>IUS/15           | 12         |
|                        | <b>La risoluzione extragiudiziale delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche dinnanzi all'Agcom.<br/>Il regolamento AGCOM.<br/>Il Conciliaweb.</b> | IUS/01                     | 12         |
|                        | <b>La risoluzione delle controversie dinnanzi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato. Procedimento, Regole, Poteri.<br/>I rapporti tra AGCOM E AGCM.</b>          | IUS/01                     | 6          |
|                        | <b>La risoluzione extragiudiziale delle controversie dinnanzi all'ABF: struttura del rimaster, regole procedurali, decisione.</b>   | IUS/01                     | 6          |

## QUARTO MODULO

10 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI (CFU) – ORE  
60

### MEDIA DIGITALI

| <i>Modulo</i>                         | <i>Obiettivi formativi specifici e contenuti</i>   | <i>SSD</i> | <i>Ore</i> |
|---------------------------------------|--|------------|------------|
| <b>Comunicazione e media digitali</b> | <b>Fondamenti di teoria della comunicazione, e di sviluppo dei media:</b><br>- Principi della comunicazione<br>- La rivoluzione digitale<br>- Informazione e Comunicazione in Rete | SSP/08     | 12         |
|                                       | <b>Media digitali, piattaforme on-line</b>   | SPS/08     | 6          |
|                                       | <b>Social Media Communication<br/>Informazione e fake news</b>   | SPS/08     | 12         |
|                                       | <b>Evoluzione della funzione della comunicazione: dai principi costituzionali alla legge 150/2000</b>  | SPS/08     | 6          |
|                                       | <b>La comunicazione politica: legge 28/2000</b>  | SPS/08     | 6          |
|                                       | <b>L'identità: tra immagine e reputazione</b>  | SPS/08     | 12         |
|                                       | <b>Minori e privacy</b>  | SPS/08     | 6          |

## QUINTO MODULO

7 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI (CFU) - ORE 42

### CONSUMATORE E SERVIZI PUBBLICI

| <i>Modulo</i>   | <i>Obiettivi formativi specifici e contenuti</i>  | <i>SSD</i>                 | <i>Ore</i> |
|---|---|----------------------------|------------|
| <b>La tutela del consumatore dinnanzi alla P.A.</b>                 | <b>Il diritto del consumatore all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e efficienza</b>   | IUS/10<br>IUS/09           | 12         |
| <b>Consumatore e Procedimento amministrativo</b>                    | <b>Il responsabile del procedimento: il ruolo e la funzione<br/>L'attività istruttoria<br/>L'adozione del provvedimento.<br/>Requisiti.<br/>L'obbligo di motivazione.</b> | IUS/10<br>IUS/09           | 6          |
| <b>Le tutele</b>  | <b>L'autotutela amministrativa<br/>L'annullamento</b>   | IUS/10<br>IUS/09           | 6          |
|   | <b>L'adozione del provvedimento.<br/>Requisiti. L'obbligo di motivazione.</b>   | IUS/10<br>IUS/09           | 6          |
| <b>La tutela collettiva</b>   | <b>La class action nella P.A: procedimento e regole</b>   | IUS/01<br>IUS/10<br>IUS/09 | 6          |
| <b>La disciplina degli appalti di servizi e forniture nella P.A</b> | <b>Il decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50: gli appalti di forniture e servizi.<br/>Le linee guida Anac.</b>   | IUS/10<br>IUS/09           | 6          |

**I. ATTIVITÀ DI STAGE**  
(allegare al progetto le relative dichiarazioni d'impegno)

| <b>Struttura</b> | <b>Obiettivi formativi specifici e contenuti</b> | <b>Ore</b> | <b>CFU</b> |
|------------------|--|------------|------------|
| AGCOM            | Affiancamento nell'attività di gestione.         | 250        | 8          |

**MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA':**

Assistenza alle attività svolte dall'Agcom, con possibilità di studiare questioni e assistere alle conciliazioni e definizioni, anche nelle sedi territoriali dell'Agcom

**RUOLO SOGGETTO OSPITANTE IN FASE DI SELEZIONE TIROCINANTI:**

Il soggetto ospitante dovrà presentare al direttore del Master un quadro delle attività svolte dall'ente nel campo della comunicazione, così che lo stesso possa individuare il percorso formativo più idoneo.

**L. PIANO FINANZIARIO PREVENTIVO**

| <b>USCITE DEL MASTER</b>  |                     |
|---|---------------------|
| Totale personale docente per attività formative                           | € 10.000            |
| Totale personale docente per attività organizzative e gestionali (tutors) | € 3.500             |
| Compenso organi del Master  | € 3.500             |
| Rimborsi spese  | € 5.000             |
| Totale funzionamento e servizi  | € 1.000             |
| <b>Totale dei costi del Master</b>  | <b>€ (A) 23.000</b> |

| <b>QUOTE DOVUTE ALL'UNIVERISTA'</b>        |                     |
|--|---------------------|
| 15% del costo di partecipazione al Master: | € 3.450             |
| <b>Totale quote dovute all'Università</b>  | <b>€. 3.450 (B)</b> |

|                                 |                              |
|---------------------------------|------------------------------|
| <b>TOTALE USCITE DEL MASTER</b> | <b>€. 26.450<br/>(C=A+B)</b> |
|---------------------------------|------------------------------|

| <b>ENTRATE PREVISTE</b>          |                  |
|----------------------------------|------------------|
| Quote d'iscrizione               | €. 26.450        |
| <b>Totale entrate del Master</b> | <b>€. 26.450</b> |

|                                   |                                  |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| <b>TOTALE ENTRATE</b><br>€ 25.300 | <b>TOTALE USCITE</b><br>€ 25.300 |
|-----------------------------------|----------------------------------|

| <b>M. Informazioni per eventuali comunicazioni dell'ufficio centrale</b> |                         |                        |        |
|--|-------------------------|------------------------|--------|
| Tipologia  | Cognome e Nome          | Telefono               | E-mail |
| <b>Docente di riferimento</b>  | Maria Annunziata Astone | Tel:<br>cell:336926613 |        |
| <b>Referente amministrativo</b>  | Maurizio Pinnizzotto    | Tel:<br>cell:          |        |



Il Responsabile dell'Ente proponente

Messina, 5/6/2019