



**DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT E DIRITTO**

**MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO  
IN  
ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA  
ECONOMICS, COMMUNICATION AND MEDIA MANAGEMENT  
Formula Didattica Blended Language**

**A.A. 2019/2020**

**Coordinatore: Prof.aggr. Simonetta Pattuglia**

Nell'anno accademico 2019/2020 è riattivato, presso il Dipartimento di Management e Diritto, il Master Universitario di I livello in “Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media” – “Economics, Communication and Media Management”, istituito ai sensi dell’art. 9 del d.m. 270/2004. Il Master è tenuto sia in lingua italiana che in lingua inglese secondo la formula “blended language”.

**FINALITÀ**

Il Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media si propone come una opportunità per analizzare, valutare e dirigere le attività di comunicazione tradizionale e innovativa in qualunque organizzazione (privata, pubblica, profit e non) e le attività manageriali e di marketing delle imprese che agiscono in tutti i settori industriali con particolare riferimento al mercato, anche digitale, dell’informazione, della comunicazione, dei media e dell’entertainment.

Il Master rappresenta una struttura organizzata per:

1. **formare** professionisti e dirigenti capaci di affrontare le tematiche economiche, manageriali, giuridiche e tecnologiche nelle organizzazioni (private, pubbliche, profit e non) che agiscono nel mercato anche digitale della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment come di tutte le altre Industries;
2. **realizzare** corsi di addestramento, seminari di approfondimento, affiancamento alle attività di learning by doing ed ogni tipologia di e-learning, in collaborazione con le industrie private e le altre organizzazioni operanti nella produzione, nella distribuzione e nel controllo dei mercati in cui si trasferiscono informazioni;
3. **allargare** la ricerca universitaria e su committenza e le attività didattiche realizzate dal Dipartimento di Management e Diritto dell’Università degli Studi di Roma “Tor Vergata” sull’Economia, il Management e il Marketing di tutti i Settori industriali con particolare riferimento alla gestione dell’industria della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment;
4. **creare** un sistema di rapporti stabili, anche finalizzato al placement, con le Industrie private, le Amministrazioni pubbliche e le Organizzazioni non profit che agiscono nel mercato anche digitale della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment.



## ARTICOLAZIONE

Il Master ha durata complessiva di un anno accademico. L'attività formativa prevede 72 crediti formativi, pari a 1800 ore di impegno complessivo di cui 490 ore di didattica in presenza.

Il programma, la struttura ed i contenuti del Master vengono definiti annualmente dal Collegio dei docenti del Master, tenendo conto dell'evoluzione di teorie, metodi e strumenti dei settori industriali di destinazione (placement), con particolare riferimento al quadro socio-economico e del mercato del lavoro.

Il Collegio dei docenti del Master può modificare con apposita delibera, e nell'interesse degli studi, la distribuzione oraria degli insegnamenti e l'attribuzione dei relativi crediti, dandone comunicazione all'amministrazione.

Il Master è articolato in tre fasi:

- due quadrimestri di lezioni in aula, dedicati anche a seminari, incontri ed approfondimenti, project works, quadrimestri strutturati in forma di lezioni tradizionali e di analisi di casi studio, testimonianze aziendali e progetti;
- un tirocinio formativo, della durata minima di dodici settimane, presso organismi o aziende dei vari settori;

per un totale di 11 unità didattiche, 12 workshop operativi e minimo tre mesi di tirocinio teorico-pratico.

Le unità didattiche di base del Master sono:

1. Caratteri nazionali e internazionali dell'Industria della Comunicazione e dei Media. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione offline e online (National and International characteristics of the communication and media industry. Offline and online Marketing and Communication strategies and activities)

77 ore complessive così distribuite

SECS P02 7 H

SECS P08 70H

Per crediti 11.

2. Economia e Regolamentazione della Comunicazione e dei Media. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione offline e online (Economics and regulation of communications and media. Offline and online Marketing and Communication strategies and activities)

70 ore complessive così distribuite:

SECS P02 7H

IUS 09 14H

IUS 04 7H

ING-INF 03 7H

SECS P08 35H

Per crediti 10.

3. Marketing, Comunicazione e Organizzazione (Marketing, Communication and Organization)

21 ore complessive così attribuite:



SECS P010 14H  
SECS P08 7H

Per crediti 3.

Le *unità didattiche caratterizzanti* del Master su Management, Marketing, Comunicazione, Media e Entertainment, sono sei, di cui quattro a *carattere orizzontale* (riferiti cioè all'intero macrosettore) e *due monografiche a carattere verticale* (riferite cioè a due grandi subsettori).

Le *quattro unità didattiche orizzontali*, dedicate alle tematiche di approfondimento sulla natura e le caratteristiche dell'industria della comunicazione, dei media e dell'entertainment e dei relativi management e marketing sono:

4. *Tecnologie e processi produttivi (Production technologies and processes)*

35 ore complessive così distribuite:

SECS P07 21H  
ING-INF 03 7H  
SECS P08 7H

Per crediti 5.

5. *Strategie e strutture industriali e distributive nei media. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione offline e online (Industrial and distribution strategies and structures. Offline and online Marketing and Communication strategies and activities)*

63 ore complessive così distribuite:

SECS P02 8H  
SECS P08 27H  
IUS 01-04 14H  
SPS-08 14H

Per crediti 9.

6. *Analisi economica per le decisioni e valutazione dei progetti (Economic analysis for decisions and project evaluation)*

28 ore complessive così distribuite:

SECS P02 13H  
SECS P08 8H  
ING-INF 03 7H

Per crediti 4.

7. *Meccanismi di finanziamento e regole di governo dell'industria dei media e della comunicazione. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione offline e online (Finance, corporate finance and corporate governance for the media, communications and entertainment industry. Offline and online Marketing and Communication strategies and activities)*

28 ore complessive così distribuite:

IUS 09        7H  
SECS P08     21H

Per crediti 4.

*Due unità didattiche monografiche, infine, sono dedicate a sistemi imprenditoriali ritenuti particolarmente rilevanti e complessi:*

8. *L'editoria dei media: news, entertainment e sport, pubblicità e promotion, education. I settori: televisione e radio, stampa, web, cinema, spettacolo dal vivo, live communication e eventing. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione offline e online (Media publishing: news, entertainment and sport, advertising and promotion, education, events. Sectors: TV and radio, the press, cinema, web, sport and entertainment, live performances, live communication and events. Offline and online Marketing and Communication strategies and activities)*

91 ore complessive così distribuite:

SECS P02     14H  
SECS P07     14H  
SECS P08     63H

Per crediti 13.

9. *Il caso della comunicazione (The case of communication)*

49 ore complessive così distribuite:

SECS P07     28H  
SECS P08     21H

Per crediti 7.

Il Master prevede anche una unità didattica tenuta da esperti di *counselling e di coaching* che attraverso test, consulenze personali e consigli professionali aiuteranno gli studenti a valorizzare le loro skills personali e professionali utili per il mondo del lavoro.

10. *Coaching, Counselling e Orientamento (Coaching, Counselling and Orientation)*

21 ore complessive così distribuite:

SECS P010    21H

Per crediti 3.

All'interno del Master è inoltre presente un'ulteriore unità didattica esclusivamente riguardante l' idoneità della lingua inglese.

11. *Idoneità di inglese (English Level Test)*

L-LIN 12     7H

Per crediti 1.



Le attività formative svolte nelle singole unità didattiche includono lo svolgimento di 12 workshop operativi (100 ore), incontri, seminari, conferenze ed applicazioni professionali, legati all'evoluzione e all'attualità dei settori di interesse del Master.

Il conseguimento del titolo di Master prevede una prova finale con l'attribuzione di 2 crediti

### **REQUISITI DI AMMISSIONE**

Il Master Universitario si rivolge a laureati e diplomati universitari nei corsi di laurea in Economia, Lettere e Filosofia, Lingue, Scienze della Comunicazione, Scienze Politiche, Giurisprudenza, Ingegneria, Matematica, Architettura, Statistica. L'ampio spettro delle lauree e dei diplomi universitari che consentono l'accesso al Master risponde alla tradizione delle diciassette edizioni del Master nel rispondere alle finalità dello stesso e al collegamento del Master con le molteplici organizzazioni appartenenti ai diversi settori e che richiedono l'acquisizione di competenze manageriali associate ai molteplici profili formativo-culturali. Tale approccio del Master è inoltre giustificato e riscontrabile dai dati del placement che da diciassette edizioni dimostra come i discenti, una volta concluso il Corso, trovino occupazione in molte e diversificate funzioni aziendali (ad esempio, tutte le funzioni del management tra cui marketing e comunicazione tradizionali e digitali, web e social media, redazione e produzione televisiva e cinematografica, redazione ed editoria tradizionali, amministrazione e controllo, web, area commerciale e consulenza legale) e settori dell'economia (aziende di tutte le industrie, banche, televisioni -produzione e redazione-, filiera cinematografica, aziende e società di marketing e comunicazione, agenzie web, industrie editoriali, etc.).

L'idoneità di lauree o diplomi universitari in altre discipline è stabilita dal Collegio del Master, l'equipollenza di altri titoli di studio è stabilita dal Consiglio di Dipartimento su proposta del Collegio dei Docenti del Master. Il titolo si riferisce a lauree di primo livello e a lauree specialistiche ai sensi dell'ordinamento vigente e a lauree quadriennali del vecchio ordinamento.

Costituisce comunque requisito di idoneità per l'ammissione al corso il possesso di un livello buono di conoscenza informatica e della lingua inglese.

Il titolo di accesso deve essere posseduto al momento dell'immatricolazione, prima dell'avvio delle attività formative.

L'iscrizione al Master è incompatibile con la contemporanea iscrizione ad altri corsi universitari, ad eccezione dei Corsi di Perfezionamento.

Può essere ammessa la partecipazione di uditori, cioè di coloro che non sono in possesso del titolo di studio richiesto ma hanno una esperienza professionale negli ambiti trattati dal master.

### **DOMANDA DI AMMISSIONE**

La domanda di ammissione va effettuata **10/2/2020** in modalità on-line connettendosi al sito d'Ateneo <http://delphi.uniroma2.it>, selezionare AREA STUDENTI e poi nell'ordine: **A) CORSI POST-LAUREAM > 1) MASTER/CORSI DI PERFEZIONAMENTO > 1) ISCRIZIONE ALLA PROVA DI AMMISSIONE MASTER/CORSI DI PERFEZIONAMENTO > a) COMPILA LA DOMANDA > selezionare Facoltà di Economia - Codice Corso **PWB****

Stampare e convalidare con il codice AUTH presente sul bollettino generato insieme alla domanda (anche se d'importo pari a € 0,00).



**Entro la stessa scadenza** inviare all'indirizzo E-MAIL [sara.amoroso@uniroma2.it](mailto:sara.amoroso@uniroma2.it) la seguente documentazione:

- Domanda di ammissione scaricata e stampata dal sito <http://delphi.uniroma2.it>
- Curriculum vitae
- Autocertificazione di laurea ai sensi del D.P.R. 28.12.2000, n. 445, con indicazione dei voti riportati negli esami di profitto e voto finale di conseguimento del titolo (il modulo è reperibile alla pagina [http://web.uniroma2.it/module/name/Content/newlang/italiano/navpath/SEG/section\\_parent/5996](http://web.uniroma2.it/module/name/Content/newlang/italiano/navpath/SEG/section_parent/5996))

L'ammissione al Master universitario è subordinata ad una positiva valutazione del curriculum del candidato da parte del Collegio dei docenti e di un eventuale colloquio valutativo (**si rimanda al sito del Master <https://economia.uniroma2.it/commedia> PER ISCRIVERSI ALLE DATE DEI COLLOQUI DI SELEZIONE**).

I criteri di valutazione per l'ammissione al Master sono deliberati dal Collegio dei docenti e riportati nell'**allegato A** che costituisce parte integrante del presente bando.

Responsabile del procedimento è il Coordinatore del Master Prof.agg. Simonetta Pattuglia - Dipartimento di Management e Diritto, Università degli Studi di Roma Tor Vergata, Via Columbia 2, 00133 Roma; tel. 06/72595522 e-mail: [pattuglia@economia.uniroma2.it](mailto:pattuglia@economia.uniroma2.it)

Il numero massimo di partecipanti al corso è pari a n 50 il numero minimo è pari a n. 10.

Qualora il numero delle domande ecceda la disponibilità massima di posti l'ammissione avverrà sulla base di graduatorie formulate dal Collegio dei docenti. La mancata immatricolazione entro la data di scadenza comporterà rinuncia e verranno ammessi al Corso gli idonei successivi in graduatoria.

**L'elenco degli ammessi** sarà pubblicato **a partire dal 14/2/2020** sul sito web <http://www.uniroma2.it> .

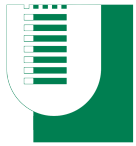
## **QUOTE DI ISCRIZIONE**

La quota di partecipazione è di € 7.500 da versare come segue :

- € 3.896 all'immatricolazione, entro il **28/2/2020** (comprensivi dell'importo di € 16,00 della marca da bollo virtuale e del contributo di € 130,00 per il rilascio della pergamena finale).
- € 3.750 entro il **31/8/2020**

I candidati che risulteranno ammessi dovranno immatricolarsi **entro il 28/2/2020 seguendo le istruzioni indicate alla voce PROCEDURA D'IMMATRICOLAZIONE del file "ISTRUZIONI PROCEDURE" presente nella sezione allegati della pagina web della Segreteria Master e Corsi di Perfezionamento: [http://web.uniroma2.it/module/name/Content/newlang/italiano/navpath/SEG/section\\_parent/5996](http://web.uniroma2.it/module/name/Content/newlang/italiano/navpath/SEG/section_parent/5996)** (selezionare Facoltà di Economia - Codice Corso **PWB**).

È inoltre prevista la possibilità di iscriversi a singole unità didattiche, previa sussistenza dei requisiti per l'iscrizione all'intero Master. La quota di iscrizione ad un singolo modulo è di € 1.100,00 (cui sarà aggiunto una tantum l'importo di € 16,00 della marca da bollo virtuali) da versare **entro il 28/02/2020** con le stesse modalità per l'immatricolazione sopra indicate. Al termine della frequenza dei singoli moduli sarà rilasciato un attestato di frequenza con l'indicazione dei crediti maturati, previa verifica del profitto.



Il Collegio dei docenti del Master ha la facoltà di regolare, nella misura massima del 20% degli iscritti, la partecipazione di uditori, cioè coloro che non sono in possesso del titolo di studio richiesto ma hanno una esperienza professionale negli ambiti trattati dal master.

Il costo per la frequenza come uditore è di € 6.500,00 per l'intero Corso e € 800,00 per singolo insegnamento (cui sarà aggiunto l'importo di € 16,00 della marca da bollo virtuale) da versare **entro il 28/02/2020** con le stesse modalità sopra indicate. Agli uditori sarà rilasciato un attestato di frequenza senza attribuzione di crediti formativi universitari.

Per le modalità di pagamento delle quote d'iscrizione da parte di Enti Pubblici o Privati contattare la Segreteria Master: e-mail [segreteriamaster@uniroma2.it](mailto:segreteriamaster@uniroma2.it)

### **AGEVOLAZIONI**

Per gli studenti che, da idonea documentazione, risultino avere invalidità riconosciuta pari o superiore al 66% ovvero con riconoscimento di handicap ai sensi dell'articolo 3, comma 1 e 3, della legge 5 febbraio 1992, n. 104 è previsto l'esonero dal contributo di iscrizione e il pagamento di una quota ridotta nella misura di **€ 505,00 totali** (corrispondenti al 5% dell'intero contributo d'iscrizione più l'importo di € 130,00 per il rilascio della pergamena).

Nell'effettuare l'inserimento dei propri dati per la domanda di ammissione sul sito <http://delphi.uniroma2.it>, gli aventi diritto dovranno dichiarare la situazione di invalidità e/o handicap.

In seguito all'ammissione, prima dell'immatricolazione, l'invalidità e/o handicap dovrà essere dimostrata mediante idonea documentazione rilasciata dall'autorità competente che dovrà essere presentata alla Segreteria Tecnica della Commissione per l'inclusione degli studenti con Disabilità e DSA (CARIS) via del Politecnico, 1 - Facoltà di Ingegneria, [segreteria@caris.uniroma2.it](mailto:segreteria@caris.uniroma2.it)

Il Collegio dei docenti può deliberare, nei casi e con le modalità previste dal regolamento, la concessione di benefici economici a titolo di copertura totale o parziale della quota di iscrizione.

### **INIZIO DEI CORSI**

Le lezioni avranno inizio **in data 5/3/2020**

### **FREQUENZA E TITOLO FINALE**

E' previsto l'obbligo di frequenza pari ad almeno l'80% delle ore previste.

A conclusione del Master gli iscritti che risultino in regola con i pagamenti, abbiano frequentato nella misura richiesta, abbiano superato le prove di verifica del profitto e la prova finale conseguiranno il titolo di Master Universitario di I livello in "Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media" - "Economics, Communication and Media Management"

### **INFORMAZIONI**

Per le informazioni di ordine **didattico** gli interessati potranno rivolgersi a:

**Segreteria didattica del Master tel. 06/72595522 e-mail [sara.amoroso@uniroma2.it](mailto:sara.amoroso@uniroma2.it)**

**Sito web <https://economia.uniroma2.it/commedia>**



**TOR VERGATA**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA

Direzione I – Didattica e Servizi agli studenti  
Divisione 2– Formazione post-lauream  
Ripartizione 1 – Master, corsi di perfezionamento e scuole  
di specializzazione area non sanitaria

Per tutte le **informazioni di carattere amministrativo** (procedure on-line di ammissione e iscrizione, rilascio certificazioni e pergamene, orari di ricevimento al pubblico, risposte alle domande più frequenti, ecc.) consultare la pagina web:

[http://web.uniroma2.it/module/name/Content/newlang/italiano/navpath/SEG/section\\_parent/5996](http://web.uniroma2.it/module/name/Content/newlang/italiano/navpath/SEG/section_parent/5996)

Roma, 16/09/2019

Il Direttore Generale  
F.TO Dott. Giuseppe Colpani

Il Rettore  
F.TO Prof. Giuseppe Novelli

**ALLEGATO A**





## Criteria procedure selective di ammissione al Master

L'ammissione è subordinata al possesso del diploma di laurea (laurea quadriennale e diploma universitario per il vecchio ordinamento e di primo livello per il nuovo), ad una positiva valutazione del curriculum del candidato da parte del Collegio dei docenti del Master e al superamento di un eventuale colloquio valutativo. Costituisce comunque requisito di idoneità per l'ammissione al Master il possesso di un livello base di conoscenza informatica e della lingua inglese, valutata sulla base di quanto dichiarato dal candidato nel curriculum scritto consegnato alla segreteria del Master per la candidatura.

La graduatoria dei candidati al Master è stilata tenendo conto dei seguenti parametri e relativi punteggi:

- Età:** Max 3,4 punti (ovvero nell'a.a. in corso coloro che sono laureati triennali - max ventitreenni nell'a.a. corrente);  
con punteggio decrescente di un decimo di punto per ogni anno di nascita (es. 1993=3,2 1992=3,1; 1991=3,0; 1990=2,9 etc.).
- Tipologia di Laurea:** 2 punti per Laurea Magistrale (o quadriennale del vecchio ordinamento);
- Valore Laurea:** 2 punti per le lauree afferenti alle facoltà e/o corsi di laurea economici;  
1 punto per le lauree afferenti ad altre facoltà.
- Voto di Laurea:** Max 2,89 punti (equivalente a 110/110L);  
1,1 punti (equivalente a 80/100);  
con punteggio decrescente proporzionale per ogni punteggio compreso in questo range (ovvero tra 80/110 e 110/110);  
N.B. 0 punti (equivalente ai voti compresi fra 66/110 e 79/110).
- Tesi di Laurea:** 2 punti per le tesi con temi affini a quelli del Master;  
1 punto per le tesi con temi non affini a quelli del Master.

Il profilo del candidato e la rispettiva posizione in graduatoria saranno poi integrate dall'analisi delle soft skills analizzate in sede di eventuale colloquio valutativo. Nel contempo, infatti, il colloquio con la Commissione, costituita dal Direttore e da docenti del Master, è teso a permettere di elaborare:

- un'analisi delle **motivazioni** del candidato all'iscrizione al Master (da 0 a 2 punti);
- un'analisi delle **capacità comunicative** del candidato (da 0 a 2 punti);
- un'analisi delle sue **capacità di problem solving** (da 0 a 2 punti);
- un'analisi delle sue **capacità di team building** (da 0 a 2 punti).

**Il totale del punteggio ai fini della graduatoria di ammissione sarà pertanto dato dalla seguente somma: 1)+2)+3)+4)+5)+6)+7)+8)+9).**