



**Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"**  
**Macro area di Economia**



**PRE-ISCRIZIONI ONLINE**  
**XVI Edizione del**  
**MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA**  
***Master Degree in Economics, Communication and Media Management***  
**A.A. 2017-2018**

**MASTER ANNUALE E SINGOLI MODULI FREQUENTABILI AUTONOMAMENTE**  
**SEMINARI E WORKSHOP TEMATICI - PREMI E BORSE DI STUDIO**

Formula didattica ***blended language***  
Lezioni in parte in lingua italiana e in parte in lingua inglese

**6 Borse di studio INPS**  
**Borse di studio AZIENDALI parziali in entrata e in itinere**

**Direttore prof. agg. Simonetta Pattuglia**  
[pattuglia@economia.uniroma2.it](mailto:pattuglia@economia.uniroma2.it)  
**Presidente prof. Luigi Paganetto**  
**Consigliere Scientifico prof. Sergio Cherubini**

Il mondo della **Comunicazione** e dei **Media** ha subito negli ultimi venti anni una grandissima trasformazione: nei **contenuti** e nei **linguaggi** come nelle **modalità di trasferimento** e nelle **piattaforme tecnologiche di condivisione**. L'intensità e la velocità con cui è avvenuta questa trasformazione hanno determinato una vera e propria **rivoluzione** che ha investito l'**industria** della **conoscenza** e dell'**informazione** ma anche la **reciproca interazione** tra la **globalizzazione dei mercati** e le modalità per **produrre, trasformare o consumare informazioni**.

Non è un caso che i due **mercati** più globalizzati siano quello della **finanza** e quello della **comunicazione**: entrambi rappresentano il terreno dell'iniziativa economica di operatori per i quali la risorsa determinante è rappresentata dalle informazioni e dall'estrema **focalizzazione della professionalità**. **Nuovo internet, internet of things, piattaforma mobile, social media marketing** sono i nuovi ambiti in cui il **Master universitario in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media** - giunto alla quindicesima edizione - trova, tra gli altri, i nuovi obiettivi di formazione per i suoi specializzati.

Il **Master** si propone pertanto come una opportunità per **approfondire** le conoscenze e le tecniche necessarie **ad analizzare, valutare e dirigere** le attività di comunicazione tradizionale e innovativa in **qualunque tipo di settore** (privato, pubblico, profit e non profit) e le **attività manageriali delle imprese che agiscono nel**

**mercato, anche digitale, dell'informazione, del marketing, della comunicazione, dei media e dell'entertainment.**

Una struttura organizzata per:

1. **formare professionisti e dirigenti** delle **funzioni** comunicazioni, marketing, organizzazione, controllo, di imprese di **tutte le industries** come di quelle che agiscono propriamente nel mercato della comunicazione, dei media e dell'entertainment (produzione, organizzazione, marketing, comunicazione off e online, content management);
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 e le attività didattiche realizzate dal Dipartimento di Studi su Impresa, Governo, Filosofia dell'Università Tor Vergata sull'economia e la 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.

Istituito nel 2002 è della durata complessiva di **un anno**. Il Master si articola in **11 moduli**, tenuti da **docenti universitari** (30%) e da **esperti manager e operatori del settore** (70%): *Caratteri nazionali e internazionali dell'Industria della Comunicazione e dei Media (National and International characteristics of the communication and media industry); Economia e Regolamentazione della Comunicazione e dei Media (Economics and regulation of communications and media); Marketing, Comunicazione e Organizzazione (Marketing, Communication and Organisation); Tecnologie e processi produttivi (Production technologies and processes); Strategie e strutture industriali e distributive (Industrial and distribution strategies and structures); Analisi economica per le decisioni e Valutazione dei progetti (Economic analysis for decisions and project evaluation); Meccanismi di finanziamento e regole di governo dell'industria dei media e della comunicazione (Finance, corporate finance and corporate governance for the media, communications and entertainment industry); 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 ed eventi (Media publishing: news, entertainment and sport, advertising and promotion, education, eventi. Sectors: TV and radio, the press, cinema, web, sport and entertainment, live performances, live communication and events); Il Caso della comunicazione (The case of communication); Coaching, Counselling e Orientamento (Coaching, Counselling and Orientation); Idoneità di inglese (English Level Test).*

Completano il percorso formativo **12 workshop operativi guidati da manager aziendali (BNL-BNP Paribas, Fox Channels, La7,3, Rai, Rai Cinema/01Distribution, etc.)** e **tre mesi di tirocinio teorico-pratico (stage)** presso le funzioni comunicazione e marketing di tutti i settori merceologici e presso aziende di spicco del settore media e entertainment (televisioni, case cinematografiche, editori) e della comunicazione (agenzie, centri media, aziende committenti).

I **vari moduli** e i **10 workshop operativi** sono alimentati da incontri, seminari, conferenze ed applicazioni professionali, legati all'evoluzione e all'attualità del settore.

Nell'edizione in corso gli studenti stanno svolgendo i seguenti workshop:

- **“BNL-BNP Paribas – Creative Hub: Progettare un chatbot come supporto all'Employer Branding”**  
Responsabile: Dott.ssa S. Petrini Rossi - Comunicazione Retail BNL-BNP Paribas  
Dott.ssa G. Giovannelli - selezione & employer branding BNL-BNP Paribas
- **“Ideare e realizzare un video promozionale”**  
Responsabile: Dott.ssa S. Mattioli-Regista Rai Cultura

- **“Comunicare il prodotto cinematografico”**  
Responsabile: Dott. C. Rodomonti – Rai Cinema/01 Distribution
- **“Il Project Management”**  
Responsabile: Prof. L. Lama - Università degli Studi di Roma Tor Vergata
- **“Progettare linee di offerta competitive nel mercato globale della comunicazione”**  
Responsabile: Dott. S. Balassone – Giornalista, Esperto di Mass Media
- **“Progettare la Comunicazione Sociale. Il caso Pubblicità Progresso”**  
Responsabile: Prof. aggr. S. Pattuglia - Università di Roma “Tor Vergata”
- **“Creare format televisivi”**  
Responsabile: Dott.ssa E. Donati – Responsabile Iniziative Speciali e Branded Entertainment La7/La7d
- **“La pianificazione Media”**  
Responsabile: Dott. A. Militi – Vice President Marketing & Sales Fox Channels Italy
- **“Come si costruisce una trasmissione di informazione”**  
Responsabile: Dott. G. Monti – Giornalista, autore *Uno Mattina*, Rai
- **“Mobile Media Marketing”**  
Responsabile: Dott. R. Forte – Wind |3 Italia

All'interno del Master, sono presenti **Seminari, aperti anche ad iscritti esterni:**

- **“Web Marketing e Web Communication”**, in collaborazione con Eikon e in partnership con Ferpi, 4 incontri;
- **“The Living Seminar - Il Marketing 3.0 – La cultura come strumento strategico**, ciclo di seminari, condotto in collaborazione con il Lucca Center of Contemporary Art, 2 incontri;
- **“Le app. User experience & User interface: come progettare una app”**, in collaborazione con JustBit, seminario di un giorno;
- **“Food, Wine & Co.”**, in partnership con Cinecittà Studios, ANSA e Ferpi, seminario di tre giorni, serie di tavole rotonde.

Completano l'offerta formativa del Master **tre laboratori professionalizzanti: Public Affairs & Lobbying** con il Direttore Public Affairs di Vodafone; **Visual Communication** con il Creative Director di McCann Italia; **Laboratorio di web monitoring/listening e web reputation** su piattaforma Blogmeter.

Dall'a.a. 2014-2015, è stata introdotta la nuova formula didattica *blended language* con le lezioni in parte in lingua italiana e in parte in lingua inglese.

**PARTNERSHIP** - Il Master è organizzato in **partnership con aziende dei vari settori** e attualmente vede fra i *Partner* e i *Partner istituzionali* **Sanofi, Nielsen, Cinecittà Studios, Eikon Strategic Consulting, Rai Cinema, Rai World, Reti, McCann, TIM, BNL-BnpParibas, CIA-Agricultori Italiani, Key4Biz, Fox ChannelsItaly, ANEM, ANICA, Polizia di Stato**; fra i *Media Partner* **Il Messaggero, Metro, Uomini e Donne della Comunicazione, EGA Worldwide Congresses & Events, Teatro Brancaccio**, fra gli *Event Partner* **Alet, Justbit, Roma Web Fest, Viaggi del Gusto**; *patrocinio* di **FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana)**.

**PLACEMENT** – I partecipanti al Master – nelle varie edizioni – sono stati via via accolti **in stage** e con **collocazione** permanente presso: **Accenture, ABI, American Express, ACI – Automobile Club d'Italia, Agenda Digitale, Agenzia del Demanio, Armando Testa, Blogmeter, Bnl-BnpParibas, Banco alimentare del Lazio Onlus, Banco di Sardegna, Capitalia, Carré Noir, Cattleya, Cesan (Azienda Speciale Camera di Commercio di Foggia), Censis Servizi, Comune di Ciampino, Comune di Milano, Cinecittà Studios, Eataly, Edizioni Piemme, Ega, Eikon, Enea, Enel, Enit, Eprcomunicazione, Ericsson, Ernst&Young, Fendi, Federculture, Fondazione**

Tor Vergata-Ceis, Fondazione Rosselli, Fondazioni Italia, Goldbet, Jaguar Land Rover, Honda Italia, Ibisus Media, Ikea, Interferenze, ISN Virtual Worlds, Jibtel, La7 (programmi e testate), Lattanzio, Lottomatica, Lucky Red, Mediaset (corporate e programmi), Il Messaggero, free press Metro, Martini & Rossi, MindShare, Minerv@, Ministero della Salute, Nessuno TV, Pfizer, Paypal, Politecnico della Cultura delle Arti delle Lingue, PomilioBlumm, Prix Italia, Polizia di Stato, Publicis, Rai (corporate e programmi), Rai Cinema, Rai Educational, Rai Trade, Reti di Claudio Velardi, Renault, Rum Jungle Italia, Saatchi&Saatchi, Salini spa, Sanofi, Scomunicare, Sipra, Sky, Taormina Film Fest, Teatro Brancaccio, Teatro Olimpico, Telecom Italia, Tivù srl, TV 2000, Triangle Production, 20th Century Fox, Umbria Servizi Innovativi, Unicredit Banca, Vizeum, Walt Disney, Warner Bros, Wind.

**NUOVA EDIZIONE PRE-ISCRIZIONI – La XVI edizione partirà il 1 marzo 2018.**

Il prossimo colloquio di valutazione si terrà il **19 ottobre 2017** – presso la Facoltà di Economia – per candidarsi è necessario compilare l'apposito modulo di ammissione on line

→ <http://economia.uniroma2.it/commedia/modulo-preiscrizione/>

Seguiranno altre due giornate di colloqui il **16 novembre** e il **19 dicembre 2017**.

### **BORSE DI STUDIO**

Per questa nuova edizione saranno assegnate **6 Borse Studio**, a copertura totale, **bandite dall'INPS per i figli di dipendenti (e pensionati) pubblici**.

Come ogni anno accademico, inoltre, verranno assegnate **borse di studio** aziendali e istituzionali in entrata a studenti meritevoli e **premi di studio** aziendali sulla base dei risultati degli esami di primo quadrimestre.

Anche quest'anno ai soci **Ferpi** che frequenteranno il Master verranno riconosciuti i **200 crediti formativi** necessari per ottenere la qualifica di socio professionista accreditato.

**COMMENTI** - *“Finora abbiamo avuto ottimi risultati – spiega **Simonetta Pattuglia**, Direttore del Master: il 41% degli studenti ha trovato infatti collocazione nel settore comunicazione di aziende, e il 59% in quello dei vari media (tv, cinema, web, carta stampata), a confermare l'intuizione iniziale di una proposta didattica e teorico- pratica integrata per i settori media e le funzioni aziendali marketing, comunicazione, organizzazione, vendite”. “Una delle possibilità più interessanti offerte a chi frequenta il Master – prosegue Pattuglia - è quella di lavorare, durante il periodo di frequenza, su progetti specifici proposti dalle aziende partner; in questo modo l'output del lavoro dei ragazzi potrà poi essere implementato presso le aziende all'interno delle quali andranno a svolgere lo stage, vuoi nel settore della comunicazione vuoi nel settore dei media. A questo proposito c'è da ricordare l'altissima percentuale di placement nelle varie edizioni del Master, costantemente intorno al 90% del totale degli iscritti”.*

**Ludovica Testa Camillo**, studentessa della XII edizione oggi nel team di Brand analysis & monitoring del Gruppo Telecom Italia | TIM afferma soddisfatta: *“Se dovessi riassumere in una sola parola la mia esperienza al Master direi "opportunità". Il Master è infatti stato per me una grande opportunità di crescita e di miglioramento sia dal punto di vista formativo che personale. Sono stati mesi impegnativi e molto stimolanti che mi hanno dato la possibilità non solo di imparare tantissimo ma anche di mettere subito in pratica le nuove conoscenze, lavorando a contatto diretto con manager e grandi professionisti del mondo del marketing e della comunicazione. Andare a lezione, lavorare ai project work e partecipare a seminari e workshop mi ha permesso di acquisire ed affinare capacità e competenze che sul mondo del lavoro hanno realmente fatto la differenza. Il Master ha rappresentato per me un filo diretto tra Università e Lavoro ed è proprio grazie a questa esperienza che sono entrata a far parte di un grande gruppo come Telecom Italia | TIM e sono riuscita a realizzare il mio sogno: lavorare sul brand. Se potessi tornare indietro, lo rifarei subito!”*

**Martina Stefani**, studentessa dell'XI edizione del Master attualmente Junior Communication Specialist presso Enel Green Power dice: *“La mia esperienza al Master è stata fondamentale sia per la mia crescita*

*professionale che personale. Sono stati 9 mesi intensi, in cui ho acquisito tante nuove conoscenze in ambito Marketing e Comunicazione, ho rafforzato le mie competenze e compreso le mie potenzialità e attitudini. Ho anche avuto la fortuna di lavorare con un gruppo di colleghi meravigliosi e stimolanti. Per me il master è*

*stato un passaggio chiave tra il mondo universitario e quello del lavoro: i project work, le lezioni dei docenti e professionisti del settore media e comunicazione, i lavori di gruppo mi hanno preparato alla mia prima vera esperienza professionale: uno stage nel settore comunicazione e sponsorship di BNL Gruppo BNP Paribas durante il quale ho avuto la possibilità di mettere in pratica le conoscenze di Marketing e Digital Marketing, Comunicazione e Event Management apprese durante il Master."*

**Simone Mariani** studente e tutor della X edizione, oggi Web Marketing & Communication Manager di Interflora, racconta così la sua esperienza: *"Quella del Master per me è stata una esperienza stimolante dal punto di vista intellettuale e formativa da quello professionale e umano.*

*Il contatto giornaliero con professori e professionisti della comunicazione e del marketing mi hanno permesso di coltivare un know how che poi ho "fatto fiorire" nelle mie esperienze lavorative successive. Avendo vissuto il Master dall'interno (con il ruolo di tutor) non posso che essere fiero di aver condiviso un percorso così importante con persone preparate e disponibili come quelle che lo organizzano e gestiscono giornalmente."*

**Barbara Di Bello**, studentessa della IX edizione e adesso alla Direzione e Comunicazione della BNL BNP-Paribas afferma: *"Decidere di frequentare il Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media è stato prima di tutto un grande impegno e una conquista per tutto quello che dal punto di vita professionale il percorso formativo del Master riesce a trasmettere. Grazie al Master ho avuto la possibilità di entrare in BNL e questo per me è molto di più di un sogno nel cassetto che si realizza: si tratta di un vero e proprio progetto di vita che comincia. Il mondo della comunicazione e dei new media mi ha sempre interessato, il Master mi ha fornito non solo gli strumenti per concretizzare questo progetto, ma ha aggiunto valore al mio curriculum professionale e umano, dandomi la possibilità di conoscere persone capaci e competenti con cui confrontarsi per crescere insieme"*.

**Emanuele Mazzi** studente della VIII edizione del Master oggi Product Manager di Blogmeter racconta: *"Il Master è stato senza dubbio l'esperienza accademica per me più appagante, il livello dell'insegnamento è molto alto, gli esami sono duri e richiedono una grande preparazione fornita da eccellenti docenti (molti dei professionisti). L'organizzazione è senz'altro uno dei punti di forza del Master e da studente mi sono sentito sempre ben supportato in ogni fase, in particolar modo in quella di placement. I molti project work guidati da manager d'azienda sono un formidabile allenamento per il lavoro in team e un'occasione per misurare le proprie competenze nella realizzazione di un progetto. Grazie allo stage offerto dal master ho messo il primo piede in Blogmeter, società per la quale tutt'ora lavoro con grande soddisfazione. Inoltre i rapporti con gli organizzatori non si sono dissolti nel tempo e ogni tanto vengo invitato in aula per parlare ai nuovi studenti delle ultime tecnologie per il monitoraggio dei social network, invito che accolgo sempre con grande piacere*

**IL COMITATO TECNICO-SCIENTIFICO DEL MASTER** è composto da: **Paola Aragno** – Partner, Eikon Strategic Consulting Italia Srl, **Stefano Balassone** - Giornalista, Esperto di Mass Media, **Giuseppe Basso** - Direttore Generale, Cinecittà Studios, **Fabio Belli** - Direttore Amministrazione Finanza e Controllo, Rai Pubblicità, **Claudio Cappon** - Vice Presidente, UER European Broadcasting Union, **Daniele Chieffi** Responsabile social media e digital PR di Eni, **Gianluca Comin** - Founder e Partner, Studio Comin&Partners, Componente CDA Biennale di Venezia, **Virman Cusenza** - Direttore, Il Messaggero, **Silvia De Blasio** - Direttore Relazioni Media e Comunicazione Corporate, Vodafone Italia, **Paolo Del Brocco** - Amministratore Delegato, Rai Cinema, **Emanuela Donati** - Responsabile Iniziative Speciali e Branded Entertainment La7/La7d, **Paolo Gagliardo** – Direttore, FIAT Abarth, **Paolo Iammatteo** – Dirigente, Responsabile Comunicazione, Poste Italiane, Antonio iannamorelli – Direttore Operativo, Reti, **Luigi Maccallini** - Retail Communication Manager, BNL Gruppo BNP Paribas, **Lamberto Mancini** - Direttore

Generale, Touring Club, **Alessandro Mili** - Vice-President - Marketing & Sales, Fox ChannelsItaly, **Giorgio Paoletti** - Senior Communication Manager – Strategies&Resources, Corporate and Investment Banking Division, Intesa San Paolo, **Daniela Poggio** – Direttore Comunicazione Italia e Malta, Sanofi, **Camilla Pollice** - Direttore Generale, Saatchi&Saatchi Roma, **Lucia Pozzi** – Capo Redattore Centrale, Il Messaggero Roma, **Paolo Romano** - Branding e Identity Strategist, **Patrizia Rutigliano** - Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione, Snam, **Alessandro Sciortino** - Creative Director, McCANNItaly, **Roberto Sgalla** - Direttore centrale delle Specialità, Polizia di Stato, **Ida Sirolli** - Head of Research&Education Area, TIM, **Luigi Vianello** - Direttore Corporate Identity and Communication, Salini Impregilo, **Gino Zagari** – Direttore, Il Caravaggio, **Giuliano Zoppis** – Partner, Scomunicare.

***Per maggiori informazioni***

**MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA**

<http://economia.uniroma2.it/commedia>

**Segreteria Organizzativa e di Ricerca**

**Dott.ssa Sara Amoroso**

**e-mail [amoroso@economia.uniroma2.it](mailto:amoroso@economia.uniroma2.it)**

**Tel. 06/7259.5522**



@comunica\_media



@torvergatacomunicaemia



Facoltà di Economia - Università di Roma Tor Vergata