



www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media/

**XIII Edizione del
MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA
A.A. 2014-2015**

MASTER ANNUALE E SINGOLI MODULI FREQUENTABILI AUTONOMAMENTE

SEMINARI TEMATICI - PREMI E BORSE DI STUDIO AZIENDALI

Formula didattica **blended language**

con le lezioni in parte in lingua italiana e in parte in lingua inglese

Direttore prof.agg. Simonetta Pattuglia

pattuglia@economia.uniroma2.it

Presidente prof. Luigi Paganetto

Consigliere Scientifico prof. Sergio Cherubini

I futuri dirigenti e professionisti nel mercato della comunicazione e dei media nascono ad **Economia – Università di Roma Tor Vergata**: un anno di frequenza al **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media** crea infatti persone in grado di affrontare le tematiche economiche, manageriali, giuridiche e tecnologiche nel settore privato, pubblico, *profit* e *non profit*.

Il Master universitario – prodotto di alta formazione, con attribuzione di crediti e titolo legale - è ormai diventato in questi anni il focus di aggregazione di un più complesso **“sistema” di attività che svolgiamo nelle aree del marketing, comunicazione e media.**

Si tratta di **formazione** (istituzionale e su committenza), **ricerca** (istituzionale e su committenza), **eventi** (istituzionali e in partnership) e **pubblicistica**.

Fondato nel 2002 è della durata complessiva di **un anno**. Il Master si articola in **9 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; Economia e Regolamentazione della Comunicazione e dei Media; Organizzazione e comunicazione; Tecnologie e processi produttivi; Strategie e strutture industriali e distributive; Analisi economica per le decisioni e Valutazione dei progetti; Meccanismi di finanziamento e regole di governo dell’industria dei media e della comunicazione; Editoria dei media: news, entertainment e sport, pubblicità e promotion, education. I settori: televisione e radio, stampa, web, cinema, spettacolo dal vivo; Il Marketing e la comunicazione.*

Completano il percorso formativo **12 workshop operativi guidati da manager aziendali (Enel, Fox Channels, La7, H3g, Rai, Rai Cinema/01Distribution, etc.)** e **tre mesi di stage** presso Aziende di spicco del settore media e entertainment (televisioni, case cinematografiche, editori) e della comunicazione (agenzie, centri media, aziende committenti) o presso le funzioni comunicazione e marketing di aziende di tutti i settori industriali.

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

“**Contaminazioni creative**”, incontri guidati da un direttore creativo di multinazionale della comunicazione – marzo-aprile;

“**Web Marketing e Web Communication**”, in collaborazione con Eikon e in partnership con Ferpi

“**Arte, Impresa e Territorio. Il marketing emozionale per una comunicazione 2.0**”, ciclo di ciclo di seminari condotto in collaborazione con il Lucca Center of Contemporary Art;

“**Food, Wine & Co.**”, in partnership con Cinecittà Studios e Viaggi del Gusto.

“**Digital Health. Comunicazione e Marketing nell'area della salute**”, in collaborazione con Eikon ed About Pharma.

Su richiesta di alcuni stakeholder del nostro network, nella prossima edizione saranno inseriti due ulteriori seminari professionalizzanti:

1. **Public Affairs**
2. **Marketing e comunicazione per il settore musicale.**

L'a.a. 2014-2015, prevede la formula didattica *blended language* con le lezioni in parte in lingua italiana e in parte in lingua inglese.

PLACEMENT - I circa 200 partecipanti al Master – nelle varie edizioni – sono stati via via accolti **in stage** e con **collocazione** più permanente presso, tra gli altri, **20th Century Fox, Accenture, ABI, ACI – Automobile Club d'Italia, Agenda Digitale, Agenzia del Demanio, American Express, Anem, Anica, Armando Testa, Bnl-Bnp Paribas, Banco alimentare del Lazio Onlus, Banco di Sardegna, Blogmeter, Capitalia, Carré Noir, Cattleya, Cesan (Azienda Speciale Camera di Commercio di Foggia), Censis Servizi, Comune di Ciampino, Cinecittà Studios, Eataly, Ega, Eikon, Enea, Enel, Enit, Eprcomunicazione, Ericsson, Ernst&Young, Federculture, Fendi, Fondazione Tor Vergata-Ceis, Fondazione Rosselli, Fondazioni Italia, Honda Italia, Ibis Media, Ikea, Interferenze, Interflora, ISN Virtual Worlds, La7 (programmi e testate), Lattanzio, Lottomatica, Lucky Red, Mediaset (corporate e programmi), Il Messaggero, free press Metro, Comune di Milano, Martini & Rossi, MindShare, Minerv@, Nessuno TV, Pfizer, Edizioni Piemme, Politecnico della Cultura delle Arti delle Lingue, Pomilio Blumm, 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, Saint Louis, Salini Impregilo, Sipra, Sky, Taormina Film Fest, Teatro Olimpico, Telecom Italia, Tivù srl, TV 2000, Triangle Production, Umbria Servizi Innovativi, Unicredit Banca, Vizeum, Walt Disney, Warner Bros, Wind.**

BORSE DI STUDIO - Ogni anno accademico vengono assegnate **borse di studio aziendali in entrata** a studenti meritevoli e, sulla base dei risultati degli esami di primo quadrimestre, **tre premi di studio aziendali.**

Per l'a.a. 2014-2015 sono state messe a **disposizione 5 borse di studio INPS (per i figli di dipendenti pubblici) a copertura totale del costo di iscrizione al Master.**

PARTNERSHIP - Il Master è organizzato in **partnership con aziende dei vari settori.** Attualmente il Master vede fra i *Partner* e i *Partner istituzionali* **Telecom, Enel, Eikon, Cinecittà Studios, Sanofi, Rai, Rai Cinema, Rai World, Peroni, Ericsson, BNL-Bnp Paribas, Fox Channels Italy, Amplifon, Federculture, Giffoni Media Service, ABI, ANEM, ANICA, Polizia di Stato; fra i Media Partner Il Messaggero, Metro, Il Denaro, Uomini e Donne della Comunicazione, Ega Congressi, Cultur-e, MondoWeb, fra gli Event Partner Justbit, Roma Web Fest, Viaggi del Gusto; patrocinio di FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana).**

La XIII edizione partirà il 5 marzo 2015.

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”.*

Martina Stefani, studentessa dell’XI edizione del Master ora al Dipartimento Marketing e CRM Europe di Fendi Italia S.r.l. afferma soddisfatta: *“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 ora alla Direzione e Comunicazione della BNL BNP-Paribas racconta: *“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”.*

Francesca De Palma, studentessa ora al Dipartimento di Digital Market di Telecom Italia, afferma *“Un’esperienza stimolante e gratificante, mi ha introdotta in quello che è oggi il mio campo ossia il digital marketing, un mondo in continua evoluzione e dalle mille sfaccettature! Il Master mi ha dato gli strumenti per conoscerlo meglio, i testimoni (e non sono mancati!) hanno avuto un ruolo fondamentale perché solo guardandolo da vicino si può capire la vera anima di questo lavoro che continuo ad amare moltissimo. Sono stati loro a trasmettermi la passione che infondo tuttora in quello che faccio, insieme ai professori sempre pronti a stimolare il dibattito costruttivo, a sfidare noi stessi e a metterci alla prova. È stato un percorso coinvolgente e impegnativo ma pieno di soddisfazioni di cui vado molto fiera!”*

IL COMITATO TECNICO-SCIENTIFICO DEL MASTER è composto da

Paola Aragno Senior Partner-Direttore Dipartimento Analisi dei Dati - Eikon Strategic Consulting Italia Srl, **Stefano Balassone** Segretario Generale - ANICA, **Giuseppe Basso** Amministratore Delegato - Cinecittà Studios, **Fabio Belli** Direttore Amministrazione Finanza e Controllo - Rai Pubblicità, **Claudio Cappon** Docente - Sciences-Po Parigi e Consulente - European Broadcasting Union, **Daniele Chieffi** Web Media relations manager – ENI spa, **Gianluca Comin** Founder e Partner - Studio Comin & Partners, **Virman Cusenza** Direttore - Il Messaggero, **Silvia De Blasio** Responsabile Relazioni Media e Comunicazione Corporate - Vodafone Italia, **Giuseppe De Lucia** Head of Communication - Hub South Central Mediterranean – Ericsson, **Paolo Del Brocco** Amministratore Delegato – RaiCinema, **Paolo Gagliardo** Product Planning & Institutional Relations International & LCV Product Planning - FCA Spa, **Lamberto Mancini** Direttore Generale – Touring Club, **Alessandro Mili** Vice-President - Marketing & Sales Fox Channels Italy, **Giorgio Paoletti** Senior Communication Manager – Strategies&Resources, Corporate and Investment Banking Division -Intesa San Paolo, **Camilla Pollice** Direttore Generale - Saatchi & Saatchi Roma, **Paolo Romano** Branding e Identity Strategist, **Patrizia Rutigliano** Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione - Snam e Presidente Ferpi, **Alessandro Sciortino** Creative Director – McCANN, **Roberto Sgalla** Direttore centrale per la Polizia Stradale, Ferroviaria, delle Comunicazioni e per i Reparti Speciali – Polizia di Stato, **Elena Tondini** Responsabile Corporate Identity e Advertising Istituzionale – Telecom, **Riccardo Tozzi** Presidente – ANICA, **Luigi Vianello** Direttore Corporate Identity and Communication - Salini Impregilo, **Gino Zagari** Segretario Generale – ANEM, **Giuliano Zoppis** Direttore Responsabile Servizio Relazioni Esterne – ABI

Per maggiori informazioni

MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA

Segreteria Organizzativa e di Ricerca

Tel. 06/7259.5522-5510; Fax 06/7259.5504 e-mail amoroso@economia.uniroma2.it

