



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento



**APERTE LE PRE-ISCRIZIONI ONLINE**

[www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media/](http://www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media/)

**alla 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 **pubblicitica**.

Fondato nel 2002 è della durata complessiva di **un anno**. Completano la formazione dei giovani laureati **workshop operativi organizzati con aziende leader e uno stage di tre mesi (o un project work per chi lavora), 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 altri settori.

Il programma comprende lo studio di **tematiche organizzate in nove 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 e tre mesi di stage** presso Aziende.



All'interno del Master, sono presenti quattro **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 – marzo-aprile;

“**The Living Seminar. Arte e Impresa. Brand identity, partnership e marketing emozionale**”, ciclo di ciclo di seminari condotto in collaborazione con il Lucca Center of Contemporary Art – aprile- maggio;

“**Food, Wine & Co. L'eno-gastronomia e le arti in un mondo globale**”, in partnership con Cinecittà Studio se Viaggi del Gusto– novembre.

Su richiesta di alcuni stakeholder del master, nella prossima edizione (a.a. 2014-2015) saranno inseriti due ulteriori seminari professionalizzanti:

**1. Digital Health**

**2. Marketing e comunicazione per il settore musicale.**

Il tutto è stato “costruito” tenendo conto dell’**evoluzione delle teorie, dei metodi e degli strumenti dell’industria della comunicazione, dei media e dell’entertainment**, con particolare riferimento al quadro socio-economico e del mercato del lavoro.

**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, 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, Fondazione Tor Vergata-Ceis, Fondazione Rosselli, Fondazioni Italia, Honda Italia, Ibiscus Media, Ikea, Interferenze, 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, 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.**

**PARTNERSHIP** - La struttura delle partnership risulta essere così costituita:

*Main Partner* **Enel e Telecom; Partner** **Fox Channels Italy, Eikon, Cinecittà Studios, Rai, Rai Cinema, Rai World, BNL-Bnp Paribas, Federculture, Giffoni Media Service**; *Partner istituzionali* **ABI, ANEM, ANICA, FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana), Polizia di Stato; Media Partner** **Il Messaggero, Metro, Il Denaro, Ega Congressi, Uomini e Donne della Comunicazione, Cultur-e, Comunicazione Italiana, MondoWeb; Event Partner** **Ericsson, It’s Tissue, Moby, Justbit, Roma Web Fest, Wine News.**

**NUOVA EDIZIONE PRE-ISCRIZIONI – La XIII edizione partirà il 5 marzo 2015.**

Per candidarsi al primo colloquio valutativo – che si terrà il prossimo **23 ottobre 2014** presso la Facoltà di Economia - è necessario compilare l’apposita domanda di ammissione *on line*, disponibile all’indirizzo [www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media](http://www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media)

**Ulteriori sessioni di selezione** sono previste per il **20 novembre 2014** e per il **18 dicembre 2014.**



Informazioni più esaustive possono essere attinte dal nostro sito

[www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media](http://www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media)

**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”.*

**Giacomo Mezzetti**, studente della VIII edizione del Master e ora alla produzione cinematografica, così commenta la sua esperienza: *“Grazie al Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media ho potuto intraprendere un percorso lavorativo nella produzione cinematografica che da sempre era il mio sogno nel cassetto. Questa esperienza mi sta permettendo di maturare sia in senso professionale sia umano, perchè mi ha fornito gli strumenti tecnici e professionali del mondo del cinema e dell’editoria cinematografica, che mi ha sempre affascinato e nel quale sto trovando la mia realizzazione”.*

**Barbara Di Bello**, studentessa della IX edizione e ora alla Direzione e Comunicazione della BNL BNP-Paribas, racconta così la sua esperienza: *“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 Di Palma**, studentessa ora alla Direzione commerciale di Warner Italia, afferma *“Coinvolgimento, professionalità e passione, la perfetta descrizione della mia esperienza al master. Gli insegnanti e i testimoni aziendali ci hanno sempre stimolati al dibattito, i project work ci hanno dato l’opportunità di sfidare noi stessi (e non esagero) oltre che sviluppare abilità concrete, il tutto sempre svolto con grande professionalità e disponibilità da parte di tutti. E infine la passione, quella che ci è stata trasmessa, che ho messo e che continuo a mettere nel mio lavoro che da stage del Master è diventato oggi la mia principale fonte di soddisfazione. Lavorare alla Warner Bros, nel marketing digitale è l’esatta collocazione che cercavo quando mi sono iscritta al Master e... ci sono riuscita! “.*

**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** Vice Presidente - UER European Broadcasting Union, **Gianluca Comin** Esperto - Studio Orrick, **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** EMEA - Product Planning – International Products & FIAT Professional, **Lamberto Mancini** Direttore Generale - Fondazione Cinema per Roma, **Alessandro Militi** 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



**Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”**

**Facoltà di Economia**

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

Strategist, **Patrizia Rutigliano** Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione - Snam e Presidente Ferpi, **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.

*Roma, 3 settembre 2014*



Ritrovaci su Facebook [www.facebook.com/torvergatacomunicaedia](http://www.facebook.com/torvergatacomunicaedia)



Seguici su Twitter [http://twitter.com/comunica\\_media](http://twitter.com/comunica_media)



..Localizzati su Foursquare



Guarda i nostri video sul canale YouTube [www.youtube.com/torvergataeconomia](http://www.youtube.com/torvergataeconomia)

***Per maggiori informazioni***

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

**Segreteria Organizzativa e di Ricerca**

**Dott.a Antonella Murredda**

**Tel. 06/7259.5522-5510; Fax 06/7259.5504 e-mail [murredda@economia.uniroma2.it](mailto:murredda@economia.uniroma2.it)**