

Master Universitario in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media

Master Degree in Economics Communication and Media Management



XVI edizione
Blended language
Italian / English

Scenario 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. Hanno determinato l'intensità e la velocità della trasformazione la vera e propria rivoluzione tecnologica 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. Il Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media si propone come una opportunità per approfondire le tecniche per analizzare e dirigere le imprese che agiscono nel mercato dell'informazione, della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment.

Missione e obiettivi strategici Il Master rappresenta una struttura organizzata per:

- 1 Formare professionisti e dirigenti delle funzioni di comunicazione, marketing, organizzazione, controllo di imprese di tutte le industrie come di quelle che agiscono propriamente nel mercato della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment.
- 2 Realizzare corsi di formazione, 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 da Economia-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 dell'informazione, della Comunicazione e dell'Entertainment.

Destinatari Destinatari del Master sono coloro che desiderino specializzare la propria formazione universitaria sulle problematiche economico-gestionali associate alla Comunicazione, ai Media e all'Entertainment aggiornando o completando la propria preparazione e professionalità. L'ammissione al Master è subordinata al possesso del diploma di laurea, nonché ad una positiva valutazione del curriculum del candidato da parte del Consiglio del Corso e al superamento di un eventuale colloquio valutativo. Costituisce comunque requisito di idoneità per l'ammissione al Corso il possesso di un livello base di conoscenza informatica e della Lingua inglese.

Durata Nove mesi di didattica di cui una parte resa con lezioni frontali (tre giorni settimanali più eventuali seminari di approfondimento) e una parte realizzata con 12 workshop operativi su: il project management, la comunicazione e le sponsorizzazioni aziendali, il marketing e la comunicazione di prodotti cinematografici, la web communication (pianificazione), la web communication (progetti editoriali), la pianificazione media, il mobile marketing, la progettazione di palinsesti televisivi, la gestione di una rete/teletext alla news, la costruzione di una trasmissione di informazione, la creazione di format televisivi, la comunicazione sociale.

Frequenza La frequenza alle attività didattiche è obbligatoria per l'80%.

Sede Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", Economia, Via Columbia, 2 - 00133 Roma

Premi e borse di Studio Il Master prevede l'assegnazione di premi e borse di studio, messe a disposizione dai partner a copertura parziale della rata di iscrizione, sia per gli studenti immatricolandi, valutati in base al Curriculum Vitae e ai colloqui di ammissione, sia per gli studenti in corso risultati più meritevoli in base all'esito degli esami di I quadrimestre. Sono disponibili, inoltre, borse di studio a copertura totale del costo di iscrizione al Master messe a disposizione da partners pubblici e privati.

Contenuti Il Master si articola in 11 moduli, 12 workshop operativi e tre mesi di tirocinio teorico-pratico (stage) che tratteranno i seguenti temi:

- 1 Caratteri nazionali e internazionali dell'Industria della Comunicazione e dei Media. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione;
- 2 Economia e Regolamentazione della Comunicazione e dei Media. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione;
- 3 Marketing, Comunicazione e Organizzazione;
- 4 Tecnologie e processi produttivi;
- 5 Strategie e strutture industriali e distributive nei media. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione;
- 6 Analisi economica per le decisioni e valutazione dei progetti;
- 7 Meccanismi di finanziamento e regole di governo dell'industria dei media e della comunicazione. Strategie e attività di Marketing e Comunicazione;
- 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;
- 9 Il caso della comunicazione;
- 10 Coaching, Counseling e Orientamento;
- 11 Idoneità di inglese.

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

All'interno del Master, sono presenti quattro Seminari, aperti anche a iscritti esterni: "Web Marketing e Web Communication", in collaborazione con Eikon e in partnership con Ferpi; "The Living Seminar - Il Marketing 3.0", ciclo di seminari, condotto in collaborazione con il Lucca Center of Contemporary Art; "Food, Wine & Co.", in partnership con Cinecittà Studios, Viaggi del Gusto e Ferpi, seminario di due giorni, serie di Masterclass; "Le App. User experience & user interface: come progettare una App", in collaborazione con Justbit.

Metodologia I temi saranno trattati secondo un'ottica interdisciplinare con un forte accento sui casi e la loro analisi e soluzione. La presenza delle diverse aree disciplinari sarà diversa per ciascun tema. Per ogni modulo sono altresì previsti seminari e progetti con la partecipazione contestuale di esperti delle diverse aree. Larga parte delle attività farà uso delle potenzialità offerte dall'ambiente web, sia in sede di ricerca che di interazione real time fra i discenti, i docenti e gli operatori del settore.

Docenze e testimonianze Le lezioni saranno tenute da docenti universitari (30%) e manager aziendali (70%).
Tutorship and Counseling Oltre a un tutor d'aula, il Master prevede l'assistenza di un tutor specializzato nei processi di apprendimento individuali.

Iscrizioni Il numero massimo dei partecipanti è fissato in 50 (classi di max 25 persone). Il costo del Corso è pari a 7.000 euro, suddiviso in due rate di stesso importo. Il Consiglio del Corso può deliberare l'assegnazione di premi e borse di studio. Il Consiglio del Corso ha, altresì, la facoltà di regolare la partecipazione, stabilendo gli oneri corrispondenti, a singole unità didattiche con il riconoscimento dei relativi crediti ai partecipanti che li abbiano frequentati con profitto. I candidati che risulteranno ammessi dovranno perfezionare l'iscrizione presentando la necessaria documentazione alla Segreteria Master e Corsi di Perfezionamento dell'Ateneo di Tor Vergata. Si consiglia di prendere visione del Bando ufficiale sul sito www.uniroma2.it alla voce Didattica, Master di Livello, Master in economia e Gestione della Comunicazione e dei Media.

Titolo di Studio L'attività formativa svolta nell'ambito del Corso è pari a 72 crediti formativi. A conclusione del Corso, ai partecipanti che abbiano frequentato con profitto e superato la prova finale viene rilasciato il titolo di "Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media".



Informazioni / Further information
Segreteria organizzativa Master
Università degli Studi di Roma Tor Vergata
via Columbia, 2 - 00133 Roma
Tel. 06 7259.5522
email: amoroso@economia.uniroma2.it

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

www.facebook.com/torvergatacomunicamedia

https://twitter.com/#!/Comunica_Media

www.youtube.com/torvergataeconomia



Partners e Partners Istituzionali



Direzione del Master / Course Director
Simonetta Pattuglia

Collegio dei docenti / Advisory Board
Luigi Paganetto (Presidente / Chairman)
Sergio Cherubini (Consigliere Scientifico / Scientific Adviser)
Giampaolo Abatecola Alessandro Hinna
Simone Borra Fabiola Massa
Corrado Cerruti Marco Meneguzzo
Antonio Chirico Beniamino Quintieri
Maurizio Decastri Pasquale Lucio Scandizzo
Giovanni Doria Silvio Vannini
Carlo Felice Giampaolino Francesco Vatalaro

Comitato tecnico-scientifico

Technical-Scientific Board
Paola Arago 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
Vittorio Cino Direttore Public Affairs Europa Centrale e Orientale, The Coca-Cola Company
Gianluca Comin Founder e Partner, Studio Comin & Partners
Virman Cusenza Direttore Il Messaggero
Silvia De Blasio Responsabile Relazioni Media e Comunicazione Corporate, Vodafone Italia
Paolo Del Brocco Amministratore Delegato, Rai Cinema
Emmanuel Donati Responsabile Iniziative Speciali e Branded Entertainment Lay/Layd
Andrea Fabiano Direttore, Rai 2
Paolo Gagliardo Direttore, FIAT Abarth
Paolo Iammatteo 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 Miliotti Vice President, Marketing & Sales Fox Channels Italy
Giorgio Paoletti Senior Communication Manager - Strategies&Resources, Corporate and Investment Banking Division, Intesa Sanpaolo
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 and Identity Strategist
Stefano Russo Product Account Manager - Nielsen
Patrizia Rutigliano Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione, Snam
Alessandro Sciortino Creative Director, McCANN
Roberto Sgalla Direttore centrale delle Specialità, Polizia di Stato
Ida Siroli Head of Research & Education Area, TIM
Luigi Vianello Direttore Corporate Identity and Communication, Salini Impregilo
Gino Zagari Direttore, Il Caravaggio
Giuliano Zoppis Partner, Scomunicare

Program Manager

Sara Amoroso

Internships and placements

Completano il corso di studi uno stage di tre mesi o più presso società e istituzioni del settore media (televisioni, case cinematografiche, editori) e della comunicazione (agenzie, centri media, aziende committenti) o un project work presso la stessa organizzazione in cui si lavora. Ad oggi ecco le aziende che hanno assicurato stages e placement agli studenti del Master:

The Master's Degree is completed by an internship of 3 months or longer at a company or an institution operating with or in the media sector (television companies, film companies, publishers) and the communications sector (agencies, media centres, contracting companies) or in the communication and marketing departments of companies in all industry sectors. Alternatively, the Master's Degree is completed by project work at the student's own place of work. To date, the companies that have offered to provide internships and placements to students of the Master's Degree are:

20th Century Fox, Accenture, ABI, ACI-Automobile Club d'Italia, Agenda Digitale, Agenzia del Demanio, American Express, Anem, Anica, Armando Testa, Banco alimentare del Lazio Onlus, Bnl-Bnp Paribas, Banco alimentare del Lazio Onlus, Banco di Sardegna, Blogmeter, Capitalia, Carré Noir, Cattleya, Censis Servizi, 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, Jaguar Land Rover, Jibtel, Lay (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, PayPal, 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.

Scenario Over the last 20 years, there has been great change in the world of communications and media in terms of content, language and ways of transferring information. The technological revolution has had an enormous impact on the knowledge and information industry and the interactions between the globalisation of the markets and the means of producing, processing and consuming information have determined the scale and the rapidity of the changes. It is no coincidence that the two most globalised markets are finance and communications - the starting points for economic initiatives by professionals whose most important resource is information. The Master's Degree in Economics and Management of Communications and Media provides an opportunity for in-depth study into the techniques used to analyse and manage businesses that are active in all industry sectors, with particular emphasis on the market for information, communications, media and entertainment.

Mission The Master's Degree aims to:

- 1 train professionals and managers to address the economic, managerial, legal and technological issues in private, public, profit and non-profit organisation, especially in the communications and media industries;
- 2 develop courses, seminars, learning-by-doing activities and all types of e-learning, in collaboration with private businesses and other organisations involved in production, distribution and control of the markets in which information is transferred;
- 3 broaden the research and teaching activities at Tor Vergata's Faculty of Economics as regards the economics and management of the communications, media and entertainment industry;
- 4 create a network of lasting relationships, including for placement purposes, with private companies, general government and non-profit organisations working in the market for information, communications and entertainment.

Prospective students Our Master's Degree students are motivated by the desire to enhance their university education by specialising in the economic and managerial issues associated with the world of communications, Media and Entertainment, updating or adding to their professional skills and competencies. Admission to the Master's Degree course is based on possession of a university degree, the positive evaluation of the candidate's CV by the Commission, and a personal interview. Further requirements are computer skills and a working knowledge of the English language.

Durata The Master's Degree is 9-month course taught partly in the classroom - 2 days a week plus seminars, with 12 workshops covering: project management, communication and business sponsorships, marketing and communication of cinema products, web communication (planning), web communication (editorial projects), media planning, mobile marketing, planning TV schedules, management of an all-news network/company, construction of an information programme, creation of television formats, and social communications.

Course attendance Students must attend all course activities (at least 80% attendance is required to obtain the degree).

Location Faculty of Economics, University of Rome "Tor Vergata", Via Columbia 2, 00133 Roma

Prizes and Scholarships This Master's Degree course offers prizes and scholarships, provided by partners to cover part of the registration fee, both for enrolling students, who will be evaluated on the basis of their CV and their admission interview, and also for students achieving the highest grades in the first exam session.

Course content The Master's Degree course contains 9 modules, 12 workshops and a 3-month internship. The modules are:

- 1 National and International characteristics of the Communication and Media Industry. Marketing and Communication strategies and activities
- 2 Economics and Regulation of Communications and Media. Marketing and Communication strategies and activities
- 3 Marketing, Communication and Organisation
- 4 Production Technologies and Processes
- 5 Industrial and distribution Strategies and structures. Marketing and Communication strategies and activities
- 6 Economic analysis for decisions and Project evaluation
- 7 Finance, corporate finance and corporate governance for the media, communications and entertainment industry
- 8 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. Marketing and Communication strategies and activities
- 9 The case of Communication
- 10 Coaching, counselling and orientation
- 11 English level test

The modules and workshops will involve meetings, seminars, conferences, and business applications, linked to the evolution and latest trends of the sector.

The Master's Degree contains a further 4 seminars - also open to external students: "Web Marketing e Web Communication", in collaboration with Eikon and with the patronage of Ferpi; "The Living Seminar - Il Marketing 3.0", a seminar series run in collaboration with the Lucca Center of Contemporary Art; "Food, Wine & Co." in partnership with Cinecittà Studios and Viaggi del Gusto and with the patronage of Ferpi; "App: user experience and user interface. How to design an app", in partnership with Justbit.

Methodology An interdisciplinary approach will be taken to all the topics dealt with, concentrating on the analysis of practical cases and finding solutions. Different study areas will also emerge for each topic. All the modules will involve seminars and projects, taught by experts from the various areas. A large part of the activities will benefit the web environment, in terms of both research and real-time interaction between students, teachers and professionals in each area.

Teaching staff and invited experts The lessons will be held by the University's teaching staff (30%) and business managers (70%).

Tutors and Counseling

The Master's Degree course includes a classroom assistant and a tutor specialised in individual learning processes.

Registration A maximum number of 50 students can be admitted to the course (no more than 25 students per class). The course fee is €7000 payable in 2 installments of €3500.

The Commission can decide to award prizes and scholarships. The Commission can also allow students to register for single course modules/seminars, establish the relative fees, and recognise the credits obtained by successful participants. Candidates who are admitted to the course must complete the registration process and hand in all the necessary documentation to the Segreteria Master e Corsi di Perfezionamento - University of Tor Vergata. For further information, go to the University's website: www.uniroma2.it, and look at the section: Didattica, Master di Livello, Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media.

Degree certificate The studies and activities involved in this course are worth 72 credits. At the end of the course, students who have met the attendance requirements and passed the final exam will receive the degree of "Master in Economics and Management of Media and Communications".