



Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"
Facoltà di Economia



PRE-ISCRIZIONI ONLINE
XVII Edizione del

MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA
Master Degree in Economics, Communication and Media Management
A.A. 2018-2019

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

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

Direttore prof. agg. Simonetta Pattuglia
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 gli ambiti in cui il **Master universitario in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media** - giunto alla diciassettesima 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 **qualsiasi 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 industrie** 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%):

1. Caratteri nazionali e internazionali dell'Industria della Comunicazione e dei Media (*National and International characteristics of the communication and media industry*);
2. Economia e Regolamentazione della Comunicazione e dei Media (*Economics and regulation of communications and media*);
3. Marketing, Comunicazione e Organizzazione (*Marketing, Communication and Organisation*);
4. Tecnologie e processi produttivi (*Production technologies and processes*);
5. Strategie e strutture industriali e distributive (*Industrial and distribution strategies and structures*);
6. Analisi economica per le decisioni e Valutazione dei progetti (*Economic analysis for decisions and project evaluation*);
7. 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*);
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 ed eventi (*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*);
9. Il Caso della comunicazione (*The case of communication*);
10. Coaching, Counselling e Orientamento (*Coaching, Counselling and Orientation*);
11. Idoneità di inglese (*English Level Test*).

Completano il percorso formativo **10 workshop operativi guidati da manager aziendali** (BNL-BNP Paribas, Fox Channels, La7, Wind-Tre, Rai, Rai Cinema/01Distribution, etc.) e **tre mesi di tirocinio teorico-pratico** (stage) presso le funzioni comunicazione e marketing di tutti i settori merceologici, 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:

1. **“BNL-BNP Paribas – Employer Branding”**
Responsabile: Dott. Luigi Maccallini - Retail Communication Manager BNL-BNP Paribas
2. **“Ideare e realizzare un video”**
Responsabile: Dott. Riccardo Mastropietro – Ceo, Art director e Founder Pesci Combattenti
3. **Comunicare il prodotto cinematografico”**
Responsabile: Dott. C. Rodomonti – Responsabile Marketing Rai Cinema/01 Distribution
4. **“Il Project Management”**
Responsabile: Prof. L. Lama - Università degli Studi di Roma Tor Vergata
5. **“Offerta e consumo tra flusso e rete”**
Responsabile: Dott. S. Balassone – Giornalista, Esperto di Mass Media
6. **“Progettare la Comunicazione Sociale. Il caso Pubblicità Progresso”**
Responsabile: Prof. aggr. S. Pattuglia - Università di Roma “Tor Vergata”
7. **“Creare format televisivi”**
Responsabile: Dott.ssa E. Donati – Responsabile Iniziative Speciali e Branded Entertainment La7/La7d
8. **“La pianificazione Media”**
Responsabile: Dott. A. Militi – Vice President Marketing & Sales Fox Channels Italy
9. **“Come si costruisce una trasmissione di informazione”**
Responsabile: Dott. G. Monti – Giornalista, autore *Uno Mattina*, Rai
10. **“Mobile Media Marketing”**
Responsabile: Dott. R. Forte – Consumer Marketing Director 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 e 6 Master Class.

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 Partner istituzionali*: **Sanofi, CIA – Confederazione Italiana Agricoltori, Nielsen, Istituto Luce Cinecittà, FERPI, TIM, Key4Biz, Rai, Rai World, Rai Cinema, BNL Gruppo BNP Paribas, McCann, FOX Channels Italia, FOCSIV, Anem, Anica, Fondazione Civita.**

Media Partner: **Il Messaggero, Key4Biz, Uomini e Donne della Comunicazione, Metro, Il Denaro, Agol, ALET.**

Event Partner: **EGA CongressWorldwide, ANSA, Mercato Mediterraneo, Teatro Brancaccio, Justbit, Roma Web Fest.**

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, Carat, 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 XVII edizione partirà il 7 marzo 2019.

I prossimi colloqui di valutazione si terranno nelle seguenti date: 30 Ottobre 2018 alle ore 11; 6 Dicembre alle ore 11; 16 Gennaio alle ore 15, 19 febbraio alle ore 15 presso la Facoltà di Economia – per candidarsi è necessario compilare l’apposito modulo di ammissione on line

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

BORSE DI STUDIO

Per questa nuova edizione saranno assegnate **Borse di Studio**, a copertura totale, **bandite dall’INPS in favore dei figli e degli orfani di:**

- Dipendenti e pensionati della Pubblica Amministrazione iscritti alla Gestione Unitaria delle Prestazioni creditizie e sociali;
- Pensionati utenti della Gestione Dipendenti Pubblici;

In favore dei dipendenti della pubblica amministrazione iscritti alla Gestione Unitaria delle prestazioni creditizie e sociali.

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 Marketing Specialist di 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 I 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 External Communication 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 marketing manager di Domec SpA, 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 Digital Communication Manager Hello bank! del BNL Gruppo 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 Buzzoole 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** – Manager, **Fabio Belli** - Direttore Amministrazione Finanza e Controllo, Rai Pubblicità, **Claudio Cappon** - Segretario Generale, Copeam, **Daniele Chieffi** - Digital communication manager Agenzia Italia, **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** – Amministratore Delegato, Quadro, **Paolo Iammatteo** – Dirigente, Responsabile Comunicazione, Poste Italiane, **Antonio Iannamorelli** – Direttore Operativo, Reti, **Luigi Maccallini** - Retail Communication Manager, BNL Gruppo BNP Paribas, **Lamberto Mancini** - Manager, **Alessandro Militi** - Vice-President - Marketing & Sales, Fox ChannelsItaly, **Giorgio Paoletti** - **Senior Communication Manager** – External Relations, Sponsorship & Partnership Department, 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 e Identity Strategist, **Stefano Russo** – Product Account Manager - Nielsen, **Patrizia Rutigliano** - Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione, Snam, **Alessandro Sciortino** - Creative Director, McCANNItaly, **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>

Program Manager

Dott.ssa Sara Amoroso

e-mail amoroso@economia.uniroma2.it

Tel. 06/7259.5522



@comunica_media



@torvergatacomunicaemia



Facoltà di Economia - Università di Roma Tor Vergata