



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento



**Pre-iscrizioni aperte alla VI edizione (a.a.2007-2008)
del Master Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media
Facoltà di Economia - Università di Roma “Tor Vergata”**

I futuri dirigenti e professionisti nel mercato della comunicazione e dei media nascono alla **Facoltà di Economia dell'Università 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 pubblico, privato, *profit* e *non profit*.

I corsi cominceranno all'inizio del nuovo anno, ma per partecipare al processo di selezione ci si deve “pre-iscrivere” sul sito www.economia.uniroma2.it/master/Comunica&Media compilando l'apposita domanda di ammissione disponibile on line - e partecipare successivamente ad un colloquio valutativo.

Il 30 ottobre 2007 alle 15.00, infatti, la Direzione del Master comincerà la selezione dei pre-iscritti – necessariamente in possesso di diploma di laurea – presso la Sala del Consiglio e la sdala Scacchi Il piano della Facoltà di Economia. Sarà l'occasione per i candidati per presentare personalmente il proprio *curriculum vitae*, spiegare le motivazioni che hanno portato alla scelta del corso di studi, confrontarsi fra loro e con lo staff del Master. Per chi si laurea in autunno sono comunque previste successive date per i colloqui valutativi.

Il Master in “Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media”, fondato nel 2002, è di I livello della durata complessiva di **un anno**. Completano la formazione dei giovani laureati **workshop operativi organizzati con aziende (Enel, La7, Tim), uno stage di tre mesi o, per chi lavora, un project work presso aziende** di spicco del settore media (televisioni, case cinematografiche, editori) e della comunicazione (agenzie, centri media, aziende committenti). Il Master ha la **certificazione del sistema qualità** (UNI EN ISO 9001-2000).



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

Per i migliori studenti, durante il corso sono previsti **premi di studio** – assegnati finora da **Agis, Enel, Ericsson, Il Corriere della Sera, Lottomatica, Publicis e Rai Trade** – come rimborso delle quote d’iscrizione al Master.

Fino ad oggi, hanno ospitato **stagisti** del Master: **Abi, Banca Nazionale del Lavoro, Banco Alimentare del Lazio Onlus, Capitalia, Cinecittà Studios, Comune di Ciampino, Comune di Milano, Enel, Federculture, Fondazioni Italia, Fondazione Rosselli, Interferenze, LA 7, Mediaset, Pfizer, Politecnico della Cultura, Publicis, Rai Cinema, Rai Trade, Sky, 20th Century Fox, Unicredit, Walt Disney Italia.**

Il programma comprende lo studio di numerose **tematiche, organizzate in nove moduli** tenuti da **docenti universitari** e da **esperti e operatori del settore**:

Caratteri nazionali e internazionali dell’Industria della Comunicazione e dei Media, Economia dei Beni pubblici e dei Beni privati e Regolamentazione, Organizzazione e comunicazione, Tecnologie e processi produttivi, Analisi economica per le decisioni e Valutazione dei progetti, Corporate Finance & Corporate Governance, Editoria dei media: news, entertainment e sport, pubblicità e promotion, education. I settori: televisione e radio; stampa; web; cinema; spettacolo dal vivo, Il caso della comunicazione. Il tutto è stato “costruito” tenendo conto dell’**evoluzione delle teorie, dei metodi e degli strumenti dell’industria della comunicazione e dei media**, con particolare riferimento al quadro socio-economico e del mercato del lavoro.

“Finora abbiamo avuto ottimi risultati – spiega il **professor Luigi Paganetto, attuale Presidente dell’Enea e direttore del Master**: più della metà degli studenti ha trovato infatti collocazione nel settore comunicazione di aziende, banche, fondazioni e alcune istituzioni, circa il 20% sia nel settore cinematografico sia in quello televisivo, un 6% nell’editoria”. Il professor **Sergio Cherubini, vicedirettore del corso**, sottolinea infatti che fra le *mission* del Master c’è quella di “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 della comunicazione e dei media”.

Main Partner del Master sono **RaiTrade, Enel, Lottomatica e Tim**, mentre **Partner e Media Partner** sono **Capitalia, Il Messaggero, Cinecittà Studios, Ericsson, Metro, Rai Cinema, Banca Nazionale del Lavoro, Interferenze, Carrè Noir, Polizia di Stato, Federculture, Minerv@, MondoWeb, Giffoni Media Service, Il Denaro.**

Il Comitato tecnico-scientifico del Master vede la presenza di Stefano Balassone Amministratore Delegato Interferenze; Fabio Belli Direttore Pianificazione Rai; Claudio Cappon Direttore Generale Rai; Gianluca Comin Direttore Comunicazione Enel; Daniele D’Ambrosio Presidente Minerv@; Caterina D’Amico Amministratore Delegato RaiCinema, Giuliano Frosini Direttore European Relations & Public Affairs Lottomatica, Lottomatica; Lamberto Mancini Direttore Generale Cinecittà Studios; Marzio Mazzara Direttore Sede Roma Publicis Carrénoir; Roberto Napoletano, Direttore Il Messaggero, Roberto Sgalla Direttore Relazioni Esterne Polizia di Stato Luigi Vianello Direttore Relazioni Esterne e Comunicazione Capitalia; Alessio Zagaglia Direttore Economic & Public Affaire, Ericsson.

Roma, 16 ottobre 2007



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

Per maggiori informazioni

Dott.ssa SIMONETTA PATTUGLIA

Coordinatore

MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA

Tel. 06/7259.5510 – 5522; Fax 06/7259.5504; Cell. 329.2608057

e-mail : pattuglia@economia.uniroma2.it