

## TorVergata, aprono le selezioni del Master della Comunicazione e dei Media: requisiti e come fa domanda



Venerdì 26 Gennaio 2024, 19:49 - Ultimo aggiornamento: 19:50

Al via ufficialmente i colloqui di selezione per accedere al Master in Economia e Management della Comunicazione e dei Media 2024 dell'Università di Roma Tor Vergata Facoltà di Economia, diretto dalla Prof.ssa Simonetta Pattuglia e di cui Il Messaggero è partner, che giungerà così alla sua XXII<sup>a</sup> edizione. I prossimi appuntamenti online per i colloqui saranno il 14 febbraio ore 10.00 alle ore 10.00.

Le lezioni cominceranno il 4 aprile prossimo.

Delle centinaia di studenti formati nel corso degli anni, il 27% lavora oggi nella comunicazione; il 17% nel marketing; il 12% nella redazione di programmi TV; il 7% nelle relazioni con la stampa; il restante 37%, invece, ha trovato un ruolo in campi come amministrazione e controllo, produzione cinematografica, editoria, commerciale, consulenza anche legale.

Questo dimostra che in un'epoca dominata da tematiche di marketing e comunicazione come social media e metaverso, la comunicazione digitale e nuove tecnologie, condivisione e co-creazione, branding e piattaforme di intelligenza artificiale diventa cruciale in una maniera integrata anche su materie come accounting, tecnologie e processi produttivi, diritto d'autore, dell'informazione e concorrenza, antitrust e privacy, pubblicità ingannevole e comparativa, concorrenza sleale, sponsorizzazione e advertising, app e IA, user interface, format televisivi brandizzati, regole di governo dell'industria dei media, multicanalità, lobbying.

Il Master in Economia e Management della Comunicazione e dei Media, nella formula phygital e blended language italiano e propone come una opportunità per analizzare, valutare e dirigere le attività di comunicazione tradizionale e innovativa in qu organizzazione (privata, pubblica, profit e non) e le attività manageriali e di marketing delle imprese che agiscono in tutti i se con particolare riferimento al mercato, anche digitale, dell'informazione, della comunicazione, dei media e dell'entertainmer

Vari i moduli e le tematiche con cui, tra lezioni, laboratori e workshop con docenti e addetti ai lavori, si cimenteranno gli iscritti. Caratteri nazionali e internazionali dell'Industria della Comunicazione e dei Media, strategie e attività di marketing e comunic online, economia e regolamentazione, analisi economica per le decisioni e valutazione dei progetti e meccanismi di finanzia

Simonetta Pattuglia, Prof.ssa di Marketing, Comunicazione e Media, Direttrice del Master in Economia

e Management della Comunicazione e dei Media, Università di Roma Tor Vergata dichiara che: "L'edizione in corso – che rap concreto passaggio fra la quarta rivoluzione industriale di internet e la quinta caratterizzata dall'Intelligenza Artificiale che st cominciando ad applicare in tutti i settori produttivi – ha realizzato, per i nostri studenti e le nostre studentesse, un momento maturazione tematica e applicativa. In un mondo sempre più caratterizzato dalla convergenza mediale di imprese e person prodotti e servizi sulle piattaforme digitali, il nostro Master si è posto come momento fondamentale della formazione dei gio' dell'aggiornamento degli executives, per dare una visione integrata delle funzioni del marketing e della comunicazione alla I tecnologie. Abbiamo superato il punto di svolta in cui l'intelligenza artificiale e tutte le sue implementazioni hanno cominciat una nuova rivoluzione tecnologica, economica e sociale che impatta e impatterà sempre più in tutti i settori. E' a questo pun sopraggiunge il nostro Master, quale hub formativo e professionalizzante, in grado di porre sul mercato pregiatissime risorse al mondo in profondo cambiamento".

#### GLI OBIETTIVI DEL MASTER

Il Master è un prodotto di alta formazione, con attribuzione di crediti e titolo legale e circa 500 ore di vita d'aula, ricerca (entri istituzionali e su committenza), eventi (istituzionali e in partnership) e pubblicitaria.

formare professionisti e dirigenti capaci di affrontare le tematiche economiche, manageriali, giuridiche e tecnologiche nelle (private, pubbliche, profit e non) che agiscono nel mercato anche digitale della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainme tutte le altre Industries;

realizzare corsi di addestramento, seminari di approfondimento, affiancamento alle attività di learning by doing ed ogni tipo learning, in collaborazione con le industrie private e le altre organizzazioni operanti nella produzione, nella distribuzione e nel mercati in cui si trasferiscono informazioni;

allargare la ricerca universitaria e su committenza e le attività didattiche realizzate dal Dipartimento di Management e Diritti degli studi di Roma "Tor Vergata" sull'Economia, il Management e il Marketing di tutti i Settori industriali con particolare riferin gestione dell'industria della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment;

creare un sistema di rapporti stabili, anche finalizzato al placement, con le Industrie private, le Amministrazioni pubbliche e le non profit che agiscono nel mercato anche digitale della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment.

#### LE STATISTICHE DELL'EDIZIONE IN CORSO

Gli studenti dell'attuale edizione come sempre compongono un gruppo eterogeneo per quanto riguarda fattori come età e l provenienza: il 61% degli iscritti ha tra i 21 e i 25 anni; il 31% tra i 26 e i 30 e il restante 8% è over 30 in una logica di fertilizzazione scambio intergenerazionale, a simulare gli ambienti di lavoro sempre più compositi e variegati.

Il 29% degli studenti proviene da facoltà di Economia; un altro 29% da facoltà del mondo della Comunicazione; seguono i lau dell'Informazione (21%), quelli in Lingue (14%) e in altre facoltà come Medicina, Archeologia e Architettura (7%).

Per quanto riguarda l'occupazione pre-immatricolazione, l'85% è junior e il 15% senior (executive).

#### SEMINARI WORKSHOP E LABORATORI

Nell'ambito delle 500 ore di vita d'aula e di lavoro comune, il Master conta anche 6 seminari per un totale di 60 ore di formaz sul campo, 12 Workshop operativi con manager aziendali per un totale di oltre 150 ore di formazione progettuale applicata e professionalizzanti per un totale di 48 ore di formazione pratica.

#### ALCUNI PARTNERS

TIM, Eikon Strategic Consulting, EGA Worldwide – Congresses & Events, Mc CANN WORLDGROUP, Key4Biz, Rai Cinema, BNL-Bnp Agol, SIM-Società Italiana Marketing; fra gli Event Partner Vodafone, Birra Peroni, Fiera di Roma, Alet, Justbit, Roma Web Fest, / Comunicazione. Il NETWORK del Master, ossia le aziende che sistematicamente selezionano frequentanti, conta più di 400 rec livello nazionale e internazionale.

“Con questo Master, e con le prestigiose realtà aziendali che lo accompagnano da ventidue edizioni e tutte quelle che vi si strada facendo, frequentanti ed imprese trovano un’interessante piazza di scambio di conoscenza e di placement, nel segno codifica sempre aggiornata delle skills hard e soft tipiche delle nuove professionalità. Coaching, scouting, selezione diretta e mondo del lavoro assicurano ogni anno un placement del 100% – conclude Simonetta Pattuglia Prof.ssa di Marketing, Comur Media, Direttrice del Master in Economia e Management della Comunicazione e dei Media, Università di Roma Tor Vergata. C dimostrare la riuscita longeva di una felice formula, che combina sapientemente pratica e teoria con un giusto mix di docer docenti accademici a costituire una faculty molto affiatata e autorevole”.

Per tutti i dettagli sul Master e sui requisiti di ammissione consultare il link:

[https://web.uniroma2.it/it/percorso/didattica/sezione/economia\\_e\\_management\\_della\\_comunicazione\\_e\\_dei\\_media](https://web.uniroma2.it/it/percorso/didattica/sezione/economia_e_management_della_comunicazione_e_dei_media)