



APERTE LE PRE-ISCRIZIONI ONLINE

www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media/

alla XIV Edizione del
MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA
Master's Degree in Economics, Communication and Media Management
A.A. 2015-2016

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

9 Borse di studio totali INPS per figli (e pensionati) di dipendenti pubblici

Borse di studio aziendali parziali

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 i nuovi ambiti in cui il **Master universitario in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media** - giunto alla XIV 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 qualunque tipo di organizzazione (pubblica, privata, profit e non) e le attività manageriali delle imprese che agiscono nel mercato, anche digitale, dell'informazione, della comunicazione, dei media e dell'entertainment.

Una struttura organizzata per:

1. **formare** professionisti e dirigenti capaci di affrontare le tematiche economiche, manageriali, giuridiche e tecnologiche nelle organizzazioni (private, pubbliche, profit e non) che agiscono nel mercato anche digitale della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment;
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 **9 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; L'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.*

Completano il percorso formativo **12 workshop operativi guidati da manager aziendali (Enel, Fox Channels, La7, H3g, Rai, Rai Cinema/01Distribution, etc.)** e **tre mesi di tirocinio teorico-pratico (stage)** 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 tutti i settori industriali.

I **vari moduli** e i **12 workshop operativi** saranno 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:

- **“BNL - BNP paribas”**
Responsabile: Dott.ssa G. Pavia - Digital communication & social media strategist of employer branding & cinema channels
- **“Ideare e realizzare un video promozionale”**
Responsabile: Dott.ssa S. Mattioli-Regista Rai Educational
- **“Comunicare il prodotto cinematografico”**
Responsabile: Dott. C. Rodomonti – Rai Cinema/01 Distribution
- **“Il Project Management”**
Responsabile: Prof. L. Lama - Università degli Studi di Roma Tor Vergata
- **“Progettare linee di offerta competitive nel mercato globale della comunicazione”**
Responsabile: Dott. S. Balassone – Segr. Gen. ANICA

- **“Progettare la Comunicazione Sociale. Il caso Pubblicità Progresso”**
Responsabile: Prof.ssa S. Pattuglia - Università di Roma Tor Vergata
- **“Creare format televisivi”**
Responsabile: Dott.ssa E. Donati – Capostruttura Programmi Approfondimento La7
- **“Ideare e gestire una rete/testata all news”**
Responsabile: Dott.ssa D. Cannizzaro (RaiNews24) e Dott. M. Leoni (Skytg24)
- **“La pianificazione Media”**
Responsabile: Dott. A. Militi – Vice President Marketing & Sales Fox Channels Italy
- **“Fondazione Umberto Veronesi – campagna di sensibilizzazione per la prevenzione oncologica”**
Dott. F. Ricci – responsabile progetti corporate
- **“Come si costruisce una trasmissione di informazione”**
Responsabile: Dott. G. Monti - Giornalista autore *Uno Mattina*, Rai
- **“Mobile Media Marketing”**
Responsabile: Dott. R. Forte – H3G Italia

All'interno del Master, sono presenti **Seminari, aperti anche ad iscritti esterni:**

“Contaminazioni creative”, incontri guidati da un direttore creativo di multinazionale della comunicazione

“Web Marketing e Web Communication”, in collaborazione con Eikon e in partnership con Ferpi

“Arte, Impresa e Territorio. Il marketing emozionale per una comunicazione 2.0”, ciclo di seminari realizzati in collaborazione con il Lucca Center of Contemporary Art

“Visual Communication Lab”, in partnership con McCann Italia

“Food, Wine & Co.”, in partnership con Cinecittà Studios e Viaggi del Gusto.

“Digital Health. Comunicazione e Marketing nell'area della salute”, in collaborazione con Eikon ed About Pharma.

Su richiesta di alcuni stakeholder, nella prossima edizione (2015-2016) sarà inserito un ulteriore seminario professionalizzante: **“Public Affairs & Lobbying”**, a cura di noti manager e professionisti del settore.

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.**

PLACEMENT – Gli oltre 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, American Express, 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, Fendi, Fondazione Tor Vergata-Ceis, Fondazione Rosselli, Fondazioni Italia, Honda Italia, Ibis Media, Ikea, Interferenze, Interflora, 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, Saint Louis, 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.

NUOVA EDIZIONE PRE-ISCRIZIONI – La XIV edizione partirà nel mese di marzo 2016.

Il primo colloquio di valutazione si terrà il prossimo **23 ottobre 2015** – presso la Facoltà di Economia – per candidarsi è necessario compilare l'apposito [modulo di ammissione on line](#)

Seguiranno altre due giornate di colloqui rispettivamente il 13 novembre ed il 17 dicembre 2015.

BORSE DI STUDIO

Per questa nuova edizione saranno assegnate **9 Borse Studio**, a copertura totale, **bandite dall'INPS a favore di figli di dipendenti (e pensionati) pubblici.**

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 **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 nel team di Brand analysis & monitoring del Gruppo Telecom Italia | 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 | 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 Junior Communication Specialist 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 Web Marketing & Communication Manager di Interflora, 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 alla Direzione e Comunicazione della BNL 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 Blogmeter 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 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, **Daniele Chieffi** Web Media relations manager – ENI spa, **Gianluca Comin** Founder e Partner - Studio Comin & Partners, **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** Direttore FIAT Abarth, **Lamberto Mancini** Direttore Generale – Touring Club, **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, **Lucia Pozzi** Capo Redattore Centrale - Il Messaggero, **Paolo Romano** Branding e Identity Strategist, **Patrizia Rutigliano** Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione - Snam e Presidente Ferpi, **Alessandro Sciortino** Creative Director – McCANN, **Roberto Sgalla** Direttore Centrale delle Specialità

– 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** Partner – Scomunicare

Per maggiori informazioni

MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA

www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media/

Segreteria Organizzativa e di Ricerca

Dott.ssa Sara Amoroso

e-mail amoroso@economia.uniroma2.it

Tel. 06/7259.5522-5510 - Fax 06/7259.5504

