PRE-ISCRIZIONI ONLINE

XX Edizione del
MASTER IN ECONOMIA E MANAGEMENT DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA
Master Degree in Economics, Communication and Media Management
A.A. 2021-2022

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
Lezioni in modalità ***phygital***
(piattaforma Microsoft Teams e alcuni incontri fisici seguendo le norme generali anti-Covid19)

4 Borse di studio TOTALI INPS EXECUTIVE per dipendenti della Pubblica Amministrazionr

Direttore Prof. Agg. Simonetta Pattuglia
pattuglia@economia.uniroma2.it
Presidente Prof. Luigi Paganetto
Consigliere Scientifico Prof. Sergio Cherubini

Breaking News!!!
Le borse INPS EXECUTIVE sono state accreditate il giorno 18 febbraio 2022. Il Master dunque riapre le iscrizioni solo per dipendenti pubblici. Vista la vicina partenza del Master agli studenti INPS Executive non verranno calcolate eventuali ore di assenza che dovessero verificarsi a causa delle procedure amministrative. Tutti gli studenti inoltre avranno modo di recuperare le eventuali lezioni perse.
Se interessati, si prega di prendere contatto con la program manager 'sara.amoroso@uniroma2.it'

Nuovo internet, internet of things, piattaforma mobile, social media marketing, metaverso e nuove applicazioni sono gli ambiti in cui il Master universitario in Economia e Management della Comunicazione e dei Media - giunto alla ventesima edizione - trova, tra gli altri, i nuovi obiettivi di formazione per i suoi specializzati. Il mondo della Comunicazione e dei Media ha subito infatti negli ultimi venti anni una grandissima trasformazione nei contenuti, nei linguaggi, nelle modalità di trasferimento e nelle piattaforme tecnologiche di condivisione. Intensità, velocità, impatto, coinvolgimento delle persone hanno determinato

una vera e propria rivoluzione che ha investito l'industria della conoscenza e dell'informazione e tutti i settori produttivi, di prodotti come di servizi.
La risorsa determinante è rappresentata oggi dalle informazioni e dalla loro interpretazione e dall'estrema focalizzazione della professionalità.

Il **Master** si propone pertanto come una opportunità per **approfondire** le conoscenze e le tecniche necessarie ad **analizzare**, **dirigere e valutare le attività di marketing e comunicazione** tradizionale e innovativa in **qualunque 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. Si tratta di una struttura organizzata per:

1. **Formare professionisti** e **dirigenti** delle **funzioni** comunicazione, marketing, organizzazione, controllo, di imprese di **tutte le industries** come di quelle che agiscono propriamente nel mercato della comunicazione, dei media e dell'entertainment (produzione, organizzazione, marketing, comunicazione off e online, content management, legal, human resources);
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 Management e Diritto 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 e 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
3. Marketing, Comunicazione e Organizzazione (Marketing, Communication and Organization)
4. Tecnologie e processi produttivi (Production technologies and processes)
5. Strategie e strutture industriali e distributive nei media (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 e eventing. (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 Test)

Completano il percorso formativo **12 workshop operativi guidati da manager aziendali** (tra cui TIM, BNL – BNP Paribas, Eikon, Enel, La7, Wind Tre, Lucca Center of Contemporary Art, Rai Cinema-01 Distribution, Società Daitona, Optima Italia) e **tre/sei 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, web companies) e della comunicazione (agenzie e società di comunicazione, centri media, aziende committenti).**
I vari moduli e i 12 workshop operativi sono alimentati da incontri, seminari, conferenze ed applicazioni professionali, legati all'evoluzione e all'attualità del settore.

Nell'edizione recentemente giunta al termine, gli studenti hanno svolto i **seguenti workshop**:

1. **"BNL-BNP Paribas – Communication in Perpetual Beta"**
   Responsabile: Dott. Luigi Maccallini - Responsabile Next Innovation BNL-BNP Paribas
2. **"Ideare e realizzare un video"**
   Responsabile: Società Pesci Combattenti
3. **Comunicare il prodotto cinematografico"**
   Responsabile: Dott. C. Rodomonti – Responsabile Marketing Strategico e Digital Rai Cinema
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. **"Creare format televisivi"**
   Responsabile: Dott.ssa E. Donati – Responsabile Iniziative Speciali e Branded Entertainment La7/La7d
7. **"Come si costruisce una trasmissione di informazione"**
   Responsabile: Dott. G. Monti – Autore Rai
8. **"Mobile Media Marketing"**
   Responsabile: Dott. R. Forte – Chief Marketing Officer Optima Italia
9. **"La pianificazione Media"**
   Responsabile: Dott. A. Militi – Vice President Disney Media, Marketing & Sales
10. **"Sport business e digitalizzazione"**
    Responsabile: Dott. Marcel Vulpis – Fondatore e Direttore, Agenzia Sporteconomy
11. **Premio AGOL 2021**
    Responsabile: Prof.ssa Simonetta Pattuglia – Direttore del Master
12. **Premio Società Italiana Marketing Sim 2021**
    Responsabile: Prof. Simonetta Pattuglia e Dott.ssa Sara Amoroso – Direttore e Program Manager del Master

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

- **"Web Marketing e Web Communication"**, in collaborazione con Eikon, 4 incontri;
- **"The Living Seminar - Il Marketing 3.0"**, ciclo di seminari, condotto in collaborazione con il Lucca Center of Contemporary Art, 3 incontri;
- **"Le app. User experience&user interface: come progettare una app"**, in collaborazione con JustBit, seminario di una giornata;
- **"Food, Wine & Co.",** in collaborazione **con Fiera Roma e con Ega Worldwide, Alice Tv, Acqua Filette, Birra del Borgo, Istituto Marchigiano di Tutela Vini, Alfio Neri, Alce Nero, ALET, Casata Mergé e Archi's Comunicazione.**

Completano l'offerta formativa del Master **5 laboratori professionalizzanti**: **Public Affairs & Lobbying** con l'EVP External Relations & Communication Director di INWIT S.p.A**; Laboratorio Influencer Marketing** con il

Product Manager di Buzzoole**; Visual Communication** con il Group Executive Creative Director di McCann Italia; **Laboratorio di Social Media e Local Engagement** con il Senior Partner di Eikon Strategic Consulting e lo Chief of Government Affairs & Security Policy di Telsy, **Laboratorio Podcast** con una Branded podcasts expert.

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.

Il Master ha partecipato, anche nell'a.a. 2020/2021, al **Premio Marketing per le Università** organizzato dalla **SIM (Società Italiana Marketing)** ed al **Premio AGOL – Giovani Opinion Leader** ottenendo risultati di spicco fra cui ben 5 vincitori.

PARTNERSHIP - Il Master è organizzato in **partnership con aziende dei vari settori** e attualmente vede fra i *Partner e i Partner istituzionali* **TIM, Eikon Strategic Consulting, Mc CANN WORLDGROUP, RETI, Key4Biz, Rai Cinema, BNL-BnpParibas, ANICA, Agol, Focsiv, SIM-Società Italiana Marketing;** fra i *Media Partner* **Il Messaggero, Metro, EGA Worldwide Congresses & Events, Uomini e Donne della Comunicazione; fra gli *Event Partner* Fiera di Roma, Alet, Justbit, Roma Web Fest, Archi's Comunicazione**

NUOVA EDIZIONE PRE-ISCRIZIONI – La XX edizione partirà il 3 marzo 2022.

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;

e borse di studio in favore dei dipendenti della pubblica amministrazione iscritti alla Gestione Unitaria delle prestazioni creditizie e sociali.

PER MAGGIORI INFO E PER SAPERE COME RICHIEDERE LE BORSE EXECUTIVE CONSULTARE IL SITO INPS ALLA SEGUENTE PAGINA
https://www.inps.it/Welfare/default.aspx?lastMenu=21556&iMenu=1&tb=0&fondo=0&scadenza=0&idettaglio=19&itipo=1

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.

> **COMMENTI -** "*Finora abbiamo avuto ottimi risultati* – spiega **Simonetta Pattuglia**, Direttore del Master: *il 38% degli studenti ha trovato infatti collocazione nel settore comunicazione di aziende, e il 51% in quello dei vari media (tv, cinema, web, carta stampata), con l'11% liberi professionisti e consulenti, a confermare l'intuizione iniziale di una proposta didattica e teorico-pratica integrata per tutti i settori anche mediatici e le funzioni aziendali marketing, comunicazione, organizzazione, sales management*". *"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 può essere poi implementato presso le aziende all'interno delle quali andranno a svolgere lo stage. A questo proposito c'è da ricordare l'altissima percentuale di placement nelle varie edizioni del Master, costantemente intorno ad oltre il 95% del totale degli iscritti*".

Ludovica Testa Camillo, ex studentessa oggi Brand & Commercial Communication 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/TIM riuscendo a realizzare il mio sogno: lavorare sul brand. Se potessi tornare indietro, lo rifarei subito!"*

Martina Stefani, ex studentessa attualmente Head of Global Brand & Advertising Management presso Enel X 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, ex studente e tutor, oggi Digital Marketing & Ecommerce Manager di DICO-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, ex studentessa e adesso Digital Communication Manager & Data di 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, ex studente e 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'occassione per misusare le proprie competenze nella realizzazione di un progetto. Grazie allo stage offerto dal Master ho messo il primo piede in Blogmeter, e poi per un avanzamento sono approdato con grande soddisfazione in Buzzoole. 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: **P.Aragno – Partner Eikon Strategic Consulting Italia Srl; S. Balassone – Giornalista ed Esperto Mass Media; G. Basso – CEO e Partner, The CFO Centre Italy; C. Cappon – Segr. Gen. COPEAM; S. Ceccarelli – Brand Image & reputation e CSR Manager e G. Colletti - Audience & Content Manager, Sanofi; D. Chieffi – Esperto e docente di comunicazione digitale, Giornalista; V. Cino – Senior Advisor, Core; G. Comin - Founder e Partner, Studio Comin & Partners; L. Pozzi – Capo Redatt. Centr., Il Messaggero Roma; S. de Blasio – Dir. Relazioni Media e Comunicazione Corporate, Vodafone Italia; P. Del Brocco - AD, Rai Cinema; E. Donati – Resp. Iniziative Speciali e Branded Entertainment La7/La7d; P. Iammatteo – Resp. Com., Poste Italiane; A. Iannamorelli – Chief of Government Affairs & Security Policy, Telsy; L. Maccallini – Resp. Next Innovation, BNL Gruppo BNP Paribas; L. Mancini – Executive Managing Director, GL Events Italia - Lingotto Fiere & Congressi; A. Militi - VP Disney Media, Marketing & Sales, The Walt Disney Company; G. Paoletti - Senior Communication Manager – External Relations, Corporate Image, Sponsorship and Partnership Dept., Intesa San Paolo; P. Piccinetti – Amm. Unico, Fiera di Roma; C. Pollice - CEO, Saatchi & Saatchi Roma; S. Russo – Sales Director, Media and Sports EU, Talkwalker; P. Rutigliano – Dir. Relazioni Istituzionali e Comunicazione, Snam; A. Sciortino - Group Executive Creative Director, McCANN; R. Sgalla – Dir. Centro Studi Americani Roma; A. Laudadio - Head of TIM Academy & Development, TIM; R. Tozzi – Fond. e Pres., Cattleya; L. Vianello – Dir. Corporate Identity and Communication, Salini Impregilo; G. Zagari – Dir., Il Caravaggio; G. Zoppis – Partner, Brand Reporter Consulting**

Per maggiori informazioni

MASTER IN ECONOMIA E MANAGEMENT DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA
http://economia.uniroma2.it/commedia

Program Manager
Dott.ssa Sara Amoroso
e-mail sara.amoroso@uniroma2.it
Cell. 335/5450186

@comunica_media

@torvergatacomunicaemedia

@master_com.media

Facoltà di Economia - Università di Roma Tor Vergata