

Master Universitario in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media

Master Degree in Economics Communication and Media Management



XIII edizione
 Blended language
 Italian / English

Scenario 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. Hanno determinato l'intensità e la velocità della trasformazione la vera e propria rivoluzione tecnologica 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. Il Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media si propone come una opportunità per approfondire le tecniche per analizzare e dirigere le imprese che agiscono nel mercato dell'informazione, della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment.

Missione e obiettivi strategici Il Master rappresenta 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 della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment;
 2 realizzare corsi di formazione, 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 da Economia-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 dell'informazione, della Comunicazione e dell'Entertainment.

Destinatari Destinatari del Master sono coloro che desiderino specializzare la propria formazione universitaria sulle problematiche economico-gestionali associate alla Comunicazione e ai Media, anche alla luce della net economy, aggiornando o completando la propria preparazione e professionalità. L'ammissione al Master è subordinata al possesso del diploma di laurea, nonché ad una positiva valutazione del curriculum del candidato da parte del Consiglio del Corso e al superamento di un eventuale colloquio valutativo. Costituisce comunque requisito di idoneità per l'ammissione al Corso il possesso di un livello base di conoscenza informatica e della Lingua inglese.

Durata Nove mesi di didattica di cui una parte resa con lezioni frontali (due giorni settimanali più eventuali seminari di approfondimento) e una parte realizzata con 12 workshop operativi su: il project management, la comunicazione e le sponsorizzazioni aziendali, il marketing e la comunicazione di prodotti cinematografici, la web communication (pianificazione), la web communication (progetti editoriali), la pianificazione media, il mobile marketing, la progettazione di palinsesti televisivi, la gestione di una rete/testata all news, la costruzione di una trasmissione di informazione, la creazione di format televisivi, la comunicazione sociale.

Frequenza La frequenza alle attività didattiche è obbligatoria per l'80%.
Sede Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", Economia, Via Columbia, 2 00133 Roma

Premi e borse di Studio Il Master prevede l'assegnazione di premi e borse di studio, messe a disposizione dai partner a copertura parziale della rata di iscrizione, sia per gli studenti immatricolandi, valutati in base al Curriculum Vitae e ai colloqui di ammissione, sia per gli studenti in corso risultati più meritevoli in base all'esito degli esami di I quadrimestre.

Contenuti Il Master si articola in **9 moduli**, **12 workshop operativi** e **tre mesi di tirocinio teorico-pratico** (stage) che tratteranno i seguenti temi:
 1 Caratteri nazionali e internazionali dell'Industria della Comunicazione e dei Media;
 2 Economia e Regolamentazione della Comunicazione e dei Media;
 3 Organizzazione e Comunicazione;
 4 Tecnologie e processi produttivi;
 5 Strategie e strutture industriali e distributive;
 6 Analisi economica per le decisioni e Valutazione dei progetti;
 7 Meccanismi di finanziamento e regole di governo (Corporate Finance & Corporate Governance) dell'industria dei Media della Comunicazione e dell'Entertainment;
 8 L'editoria dei Media: news, entertainment e sport, pubblicità e promotion, education. I settori: televisione e radio, stampa, cinema, web, sport & entertainment, spettacolo dal vivo;
 9 Il caso della comunicazione.

I vari moduli e i workshop operativi saranno alimentati da incontri, seminari, conferenze ed applicazioni professionali, legati all'evoluzione e all'attualità del settore.
 All'interno del Master, sono presenti quattro **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 con il patrocinio di Ferpi, "The Living Seminar. Arte e Impresa. Brand identity, partnership e marketing emozionale", ciclo di ciclo di seminari condotto in collaborazione con il Lucca Center of Contemporary Art e "Food, Wine & Co. L'eno-gastronomia e le arti" in partnership con Cinecittà Studios e Viaggi del Gusto e con il patrocinio di Ferpi. Nella prossima edizione saranno inseriti due ulteriori seminari professionalizzanti: "Digital Health" e "Marketing e comunicazione per il settore musicale".



Metodologia I temi saranno trattati secondo un'ottica interdisciplinare con un forte accento sui casi e la loro analisi e soluzione. La presenza delle diverse aree disciplinari sarà diversa per ciascun tema. Per ogni modulo sono altresì previsti seminari e progetti con la partecipazione contestuale di esperti delle diverse aree. Larga parte delle attività farà uso delle potenzialità offerte dall'ambiente web, sia in sede di ricerca che di interazione real time fra i discenti, i docenti e gli operatori del settore.

Docenze e testimonianze Le lezioni saranno tenute da docenti universitari (30%) e manager aziendali (70%).
Tutorship and Counseling Oltre a un tutor d'aula, il Master prevede l'assistenza di un tutor specializzato nei processi di apprendimento individuali.

Iscrizioni Il numero massimo dei partecipanti è fissato in 50 (classi di max 25 persone). Il costo del Corso è pari a 7.000 euro, suddiviso in due rate di stesso importo. Il Consiglio del Corso può deliberare l'assegnazione di **premi e borse di studio**. Il Consiglio del Corso ha, altresì, la facoltà di regolare la partecipazione, stabilendo gli oneri corrispondenti, a singole unità didattiche con il riconoscimento dei relativi crediti ai partecipanti che li abbiano frequentati con profitto. I candidati che risulteranno ammessi dovranno perfezionare l'iscrizione presentando la necessaria documentazione alla Segreteria Master e Corsi di Perfezionamento dell'Ateneo di Tor Vergata. Si consiglia di prendere visione del Bando ufficiale sul sito www.uniroma2.it alla voce Didattica, Master di I livello, Master in economia e Gestione della Comunicazione e dei Media.

Titolo di Studio L'attività formativa svolta nell'ambito del Corso è pari a 60 crediti formativi. A conclusione del Corso, ai partecipanti che abbiano frequentato con profitto e superato la prova finale viene rilasciato il titolo di "Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media".



Informazioni / Further information
 Segreteria organizzativa Master
 Università degli Studi di Roma Tor Vergata
 via Columbia, 2 - 00133 Roma
 Tel. e ob 7259.5522 - 5510
 e.mail: murredda@economia.uniroma2.it

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

www.facebook.com/torvergatacomunicaedia

https://twitter.com/#!/Comunica_Media

<https://fit.foursquare.com/v/master-in-economia-e-gestione-della-comunicazione-e-dei-media-tor-vergata/4f4eab81081b3103529b9>

www.youtube.com/torvergataeconomia



Partners e Partners Istituzionali



Direzione del Master / Course Director
 Simonetta Pattuglia

Collegio dei docenti / Advisory Board
 Luigi Paganetto (Presidente / Chairman)
 Sergio Cherubini (Consigliere Scientifico / Scientific Adviser)
 Michele Bagella Carlo Felice Giampaolino
 Salvatore Bellomia Marco Meneguzzo
 Corrado Cerruti Simonetta Pattuglia
 Antonio Chirico Cosetta Pepe
 Maurizio Decastri Pasquale Lucio Scandizzo
 Giovanni Doria

Comitato tecnico-scientifico
Technical-Scientific Board
 Paola Aragno Senior Partner-Director Data Analysis Department, Eikon Strategic Consulting Italia Srl
 Stefano Balassone Secretary General, ANICA
 Giuseppe Basso CEO, Cinecittà Studios
 Fabio Belli Director, Financial Management and Control, Rai Pubblicità President, Rai World Expert
 Claudio Cappon Director, Il Messaggero
 Gianluca Comin Head of Media Relations and Corporate Communication, Vodafone Italia
 Virman Cusenza Head of Communication - Hub South Central Mediterranean Ericsson
 Silvia De Blasio CEO, Rai Cinema
 Paolo Del Brocco EMEA - Product Planning - International Products & FIAT Professional
 Paolo Gagliardo Director General, Fondazione Cinema per Roma
 Lamberto Mancini Vice President, Marketing & Sales Fox Channels Italy
 Alessandro Militi Senior Communication Manager - Strategies&Resources, Corporate and Investment Banking Division, Intesa Sanpaolo
 Giorgio Paoletti Director General, Saatchi & Saatchi Roma
 Camilla Pollice Branding and Identity Strategist
 Paolo Romano Director of Institutional Relations and Communication, Snam
 Patrizia Rutigliano and President, Ferpi
 Roberto Sgalla Managing Director, Road, Rail, Communications and Special Services, Italian State Police Force
 Elena Tondini Communication&Image Manager, Telecom Italia
 Riccardo Tozzi President, ANICA
 Luigi Vianello Director of External Relations, Salini Impregilo
 Gino Zagari Secretary General, ANEM
 Giuliano Zoppis Director, Head of the External Relations Department, ABI

Segreteria organizzativa
Course Secretary's Office
 Antonella Murredda

Internships and placements
 Completano il corso di studi uno stage di tre mesi o più presso società e istituzioni del settore media (televisioni, case cinematografiche, editori) e della comunicazione (agenzie, centri media, aziende committenti) o un project work presso la stessa organizzazione in cui si lavora. Ad oggi ecco le aziende che hanno assicurato stages e placement agli studenti del Master:
 The Master's Degree is completed by an internship of 3 months or longer at a company or an institution operating with or in the media sector (television companies, film companies, publishers) and the communications sector (agencies, media centres, contracting companies) or in the communication and marketing departments of companies in all industry sectors. Alternatively, the Master's Degree is completed by project work at the student's own place of work. To date, the companies that have offered to provide internships and placements to students of the Master's Degree are:

20th Century Fox, Accenture, ABI, ACI - Automobile Club d'Italia, Agenda Digitale, Agenzia del Demanio, 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, Eatly, Ega, Eikon, Enea, Enel, Enit, Eprcomunicazione, Ericsson, Ernst&Young, Federculture, Fondazione Tor Vergata-Ceis, Fondazione Rosselli, Fondazioni Italia, Honda Italia, Ikea, Interferenze, 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, Salini spa, Sipra, Sky, Teatro Olimpico, Telecom Italia, Tivù srl, TV 2000, Triangle Production, Umbria Servizi Innovativi, Unicredit Banca, Vizeum, Walt Disney, Warner Bros, Wind.

Scenario Over the last 20 years, there has been great change in the world of communications and media in terms of content, language and ways of transferring information. The technological revolution has had an enormous impact on the knowledge and information industry and the interactions between the globalisation of the markets and the means of producing, processing and consuming information have determined the scale and the rapidity of the changes. It is no coincidence that the two most globalised markets are finance and communications - the starting points for economic initiatives by professionals whose most important resource is information. The Master's Degree in Economics and Management of Communications and Media provides an opportunity for in-depth study into the techniques used to analyse and manage businesses that are active in all industry sectors, with particular emphasis on the market for information, communications, media and entertainment.

Mission The Master's Degree aims to:
 1 train professionals and managers to address the economic, managerial, legal and technological issues in private, public, profit and non-profit organisations;
 2 develop courses, seminars, learning-by-doing activities and all types of e-learning, in collaboration with private businesses and other organisations involved in production, distribution and control of the markets in which information is transferred;
 3 broaden the research and teaching activities at Tor Vergata's Faculty of Economics as regards the economics and management of the communications, media and entertainment industry;
 4 create a network of lasting relationships, including for placement purposes, with private companies, general government and non-profit organisations working in the market for information, communications and entertainment.

Prospective students Our Master's Degree students are motivated by the desire to enhance their university education by specialising in the economic and managerial issues associated with the world of communications and media, including in the light of the net economy, updating or adding to their professional skills and competencies. Admission to the Master's Degree course is based on possession of a university degree, the positive evaluation of the candidate's CV by the Commission, and a personal interview. Further requirements are computer skills and a working knowledge of the English language.

Duration The Master's Degree is 9-month course taught partly in the classroom - 2 days a week plus seminars, with 12 workshops covering: project management, communication and business sponsorships, marketing and communication of cinema products, web communication (planning), web communication (editorial projects), media planning, mobile marketing, planning TV schedules, management of an all-news network/company, construction of an information programme, creation of television formats, and social communications.

Course attendance Students must attend all course activities (at least 80% attendance is required to obtain the degree).
Location Faculty of Economics, University of Rome "Tor Vergata", Via Columbia 2, 00133 Roma

Prizes and Scholarships This Master's Degree course offers prizes and scholarships, provided by partners to cover part of the registration fee, both for enrolling students, who will be evaluated on the basis of their CV and their admission interview, and also for students achieving the highest grades in the first exam session.

Course content The Master's Degree course contains 9 modules, 12 workshops and a 3-month internship. The modules are:
 1 National and international characteristics of the communication and media industry
 2 Economics and regulation of communications and media
 3 Organisation and communication
 4 Production technologies and processes
 5 Industrial and distribution strategies and structures
 6 Economic analysis for decisions and project evaluation
 7 Financial mechanisms, corporate finance and corporate governance for the media, communications and entertainment industry
 8 Media publishing: news, entertainment and sport, advertising and promotion, education. Sectors: TV and radio, the press, cinema, web, sports and entertainment, live performances
 9 The case of communication
 The modules and workshops will involve meetings, seminars, conferences, and business applications, linked to the evolution and latest trends of the sector.
 The Master's Degree contains a further 4 seminars - also open to external students: "Creative Contamination", meetings led by the creative director of a communications multinational; "Web Marketing and Web Communication", in collaboration with Eikon and with the patronage of Ferpi; "The Living Seminar. Art and Business. Brand Identity, Partnership and Emotional Marketing", a seminar series run in collaboration with the Lucca Center of Contemporary Art; and "Food, Wine & the Arts" in partnership with Cinecittà Studios and Viaggi del Gusto and with the patronage of Ferpi. In the next course, there will be a further two professional skills seminars on: "Digital Health" and "Marketing and Communications for the Music Sector".

Methodology An interdisciplinary approach will be taken to all the topics dealt with, concentrating on the analysis of practical cases and finding solutions. Different study areas will also emerge for each topic. All the modules will involve seminars and projects, taught by experts from the various areas. A large part of the activities will benefit the web environment, in terms of both research and real-time interaction between students, teachers and professionals in each area.

Teaching staff and invited experts The lessons will be held by the University's teaching staff (30%) and business managers (70%).
Tutors and Counselling The Master's Degree course includes a classroom assistant and a tutor specialised in individual learning processes.

Registration A maximum number of 50 students can be admitted to the course (no more than 25 students per class). The course fee is €7000 payable in 2 installments of €3500. The Commission can decide to award prizes and scholarships. The Commission can also allow students to register for single course modules/seminars, establish the relative fees, and recognize the credits obtained by successful participants. Candidates who are admitted to the course must complete the registration process and hand in all the necessary documentation to the Segreteria Master e Corsi di Perfezionamento - University of Tor Vergata. For further information, go to the University's website: www.uniroma2.it, and look at the section: Didattica, Master di I Livello, Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media.

Degree certificate The studies and activities involved in this course are worth 60 credits. At the end of the course, students who have met the attendance requirements and passed the final exam will receive the degree of "Master in Economics and Management of Media and Communications".