

Facoltà di Lettere e Filosofia
Master Universitario di primo livello

Media Relation e Comunicazione d'Impresa

XIX edizione

Milano, novembre 2024 - novembre 2025

**Ma
ste
r** Cattolica



ALMED
ALTA SCUOLA IN MEDIA
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO



**UNIVERSITÀ
CATTOLICA**
del Sacro Cuore



Perché un Master in Media Relation?



Il Master universitario in Media Relation e Comunicazione d'Impresa giunge nell'anno 2024-2025 alla sua diciannovesima edizione. Si tratta di una iniziativa unica nel suo genere,

in quanto nata da una stretta collaborazione tra università, aziende e professionisti del settore; questa formula ha assicurato negli anni numerosissimi stage e borse di studio, e soprattutto una percentuale molto alta di placement al termine del master.

Lo scopo del master è quello di formare figure aziendali in grado di organizzare e gestire la comunicazione interna ed esterna, e in particolare i rapporti con i media. Non ti nascondiamo che si tratta di una professione per cui occorrono alcune doti "vocazionali": una forte attitudine relazionale, una decisa autonomia ideativa e operativa, e infine la flessibilità indispensabile per adattarsi a situazioni di lavoro differenti. A queste predisposizioni si aggiunge la necessità di una ottima conoscenza della lingua inglese. Su queste attitudini si salda la formazione del Master, che fa leva su quattro aspetti essenziali: la conoscenza dettagliata delle funzioni e



dell'organizzazione di un ufficio stampa; la capacità di collocare l'azione dell'ufficio stampa sia nell'ambito del mondo aziendale sia nel panorama mediale; la padronanza dei differenti linguaggi mediali e digitali; il confronto con le best practices nazionali e internazionali. In particolare, in questi ultimi anni, gli aspetti legati alla comunicazione digital e social hanno acquisito un peso sempre più rilevante.

Chi conclude il Master trova la propria collocazione negli uffici stampa e all'interno delle direzioni comunicazione di aziende che operano nell'ambito della produzione di beni e di servizi (telecomunicazioni, energia, luxury goods ecc), così come nelle agenzie di comunicazione, nelle istituzioni pubbliche e private.

La Direzione e i tutor che coordinano l'attività formativa saranno a tua disposizione per ogni eventuale chiarimento sia all'interno degli Open day organizzati dall'Università Cattolica, sia all'indirizzo e-mail che troverai in questa brochure.

Non ci resta che augurarti un in bocca al lupo per l'entusiasmante passaggio dai banchi dell'Università alla scrivania del tuo lavoro.

Stefano Lucchini, Ruggero Eugeni, Direttori

Class Profile

Il Master si rivolge a laureati possessori di diploma di laurea triennale o specialistica/magistrale.

Costituiscono lauree di riferimento quelle conseguite nell'ambito delle Facoltà di Lettere e Filoso-

fia, Scienze Politiche, Sociologia, Giurisprudenza, Economia, Lingue e Letterature straniere, Scienze della Formazione, Comunicazione e Spettacolo, ed equivalenti.

Learning outcomes

Il percorso didattico mira all'acquisizione di quattro elementi fondamentali:

- ▲ **La conoscenza** dettagliata delle funzioni e dell'organizzazione di un ufficio stampa;
- ▲ **La capacità** di collocare l'azione dell'ufficio stampa sia nell'ambito del mondo aziendale, sia nel panorama mediale;

▲ **La padronanza** del linguaggio mediale, sia come acquisizione del linguaggio giornalistico, sia come utilizzo dei new media;

▲ **La capacità** di confrontarsi con le best practices nazionali e internazionali.

Sbocchi professionali

La figura formata dal Master ha la sua collocazione ideale nell'ambito degli **uffici stampa** e all'interno delle **direzioni comunicazione in aziende** che operano nell'ambito della produzione di beni e di servizi (telecomunicazioni, energia, banking&financial, luxury goods e food & beverage), così come nelle amministrazioni pubbliche, nelle istituzioni pubbliche e fondazioni.

Negli anni scorsi il *Corriere della Sera* identificava il Master in Media relation e comunicazione d'impresa come un **Master d'eccellenza** e assegnava il **massimo livello di placement**.

Successivamente il Master ha confermato il livello di occupazione raggiungendo l'**80%** di occupati.

Oscar di Bilancio

52^a EDIZIONE



Curriculum overview

Il programma prevede un impegno complessivo pari a 1.500 ore così suddiviso: 460 ore di corsi workshop e testimonianze, 300 ore di stage e 740 ore di studio individuale

Insegnamenti	Aree disciplinari	CFU
Organizzazione e gestione dell'ufficio stampa	SPS/08	5
La comunicazione nel contesto organizzativo	SECS-P/10	5
Storytelling e i nuovi linguaggi	L-ART/06	5
Digital Reputation	L-ART/06	5
Strategia della Comunicazione integrata	SPS/08	5
Il Contesto mediatico	SPS/08	5

Laboratori: CFU 14

Comunicare il Lusso
L'intervista televisiva
La stesura del comunicato stampa
Comunicazione e Marketing della Politica
Comunicazione di Prodotto
Comunicazione Healthcare
Il linguaggio giornalistico
Live Communication: Eventi e Sponsorizzazioni
La comunicazione d'emergenza
Comunicare lo Sport
La Comunicazione nello Spettacolo
Comunicazione Banking&Financial
Il piano di comunicazione
La pianificazione Media e Advertising
Ufficio Stampa Internazionale
Monitoraggio e analisi dei Media tradizionali e online
Media Training e Public Speaking
Analisi dell'informazione nazionale e internazionale
Comunicare la Sostenibilità
Comunicare la Mobilità
La gestione dei Social Network
Marketing digitale
Comunicazione e Rappresentanza d'interessi
Video Strategy

Stage: CFU 12

Parte integrante del percorso formativo è lo stage di circa 3 mesi presso le strutture di comunicazione e ufficio stampa di Aziende, Enti e Istituzioni. I partecipanti al Master potranno misurarsi nella pratica una volta acquisite le technicalities della professione di comunicatore. La scelta dello stage sarà valutata in base al profilo formativo di ciascun partecipante e ai progetti in atto presso le aziende e gli enti che offrono la propria disponibilità, fatto salvo il caso in cui lo studente dopo diversi colloqui non abbia esiti positivi di inserimento. In sostituzione elaborerà un Project Work con assegnazione dei crediti per l'ottenimento del diploma.

Incontri e testimonianze: CFU 2

Il master propone simulazioni di situazioni di crisi aziendali sia OFFLINE che ONLINE, generate da Social network e blogger e case studies di Media Relations.

Inoltre organizza workshop sui seguenti temi:

La comunicazione editoriale

Gestione della Crisi

Testimonianze



"Dopo aver conseguito la laurea in filosofia, mi sono iscritta al Master Media Relations e Comunicazione di Impresa, esperienza da cui ha avuto avvio la mia carriera professionale. Sono stata

infatti selezionata per iniziare uno stage in Assicurazioni Generali nell'ufficio Media, Content and Channels, divisione che si occupa della comunicazione esterna del Gruppo. Durante il primo anno di stage ho avuto modo di partecipare attivamente alla creazione di contenuti per i canali del Gruppo Generali, dal sito web ai social media, e di acquisire competenze nel lavoro dell'ufficio stampa, dalla scrittura dei comunicati alla gestione dei rapporti con i giornalisti, mettendo in pratica quanto imparato durante il Master. Si è aperta poi una nuova opportunità di crescita all'interno di Banca Generali, dove ho approfondito le mie competenze nella comunicazione digitale. Grazie a questa esperienza mi è stato assegnato il ruolo di web strategy & digital communication manager del Gruppo, ruolo che ricopro ormai da due anni con grande soddisfazione, nell'ottica di continuare a crescere professionalmente.

Carolina A.

"Ho frequentato il Master in Media Relation e Comunicazione d'Impresa nell'edizione del 2017. L'ampia offerta di corsi, i project work e le testimonianze di comunicatori provenienti dalle più importanti aziende italiane mi hanno permesso di conoscere e approfondire al meglio tutti gli ambiti della comunicazione, per poi scegliere quello più incline alle mie aspettative. Tutti i concetti appresi durante le lezioni sono stati la base fondamentale per il periodo di stage, che ha completato il mio percorso formativo. Oggi sono External Communication Associate Manager presso Sisal."



Federica S.



"Il Master Media Relation e Comunicazione d'Impresa dell'Università Cattolica rimane unico nel panorama formativo italiano, grazie alla partecipazione dei migliori professionisti della comunicazione che lo rendono una grandissima opportunità di crescita sia professionale che personale di elevato valore. Il Master mi ha preparato ad affrontare il mondo del lavoro fornendomi gli strumenti adeguati per costruire una solida carriera, oggi infatti ricopro il ruolo di Head of Brand and Corporate Communication presso Banca IFIS."

Davide T.

Partner

Il Master si avvale di un network di aziende e organizzazioni che collaborano a vario livello all'iniziativa.

INTESA  **SANPAOLO**



IG Italgas



TRENORD

PIRELLI



Edelman

prima

Nelle edizioni precedenti hanno accolto nostri studenti in stage:

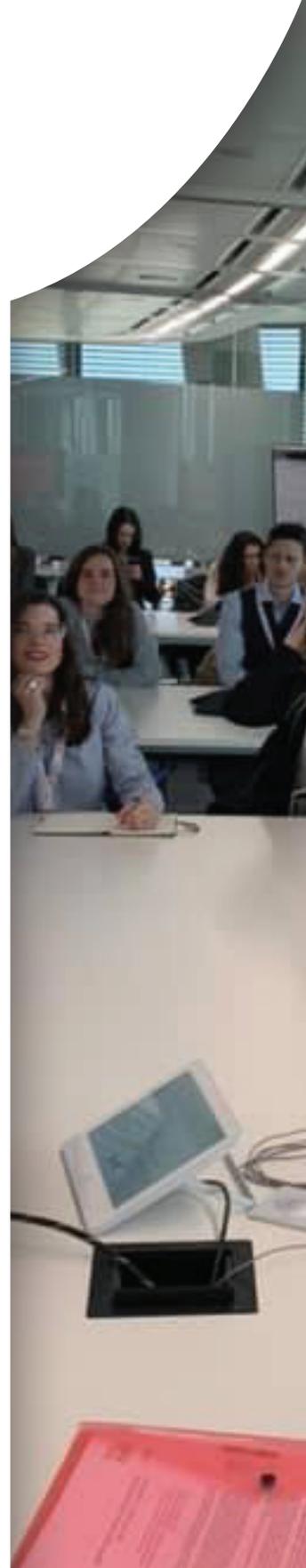
AC. MILAN, ADC GROUP, ASSOLOMBARDA, ATTLA & CO, INTESA SANPAOLO, BANCA IFIS, BANZAI MEDIA, BARABINO & PARTNERS, BURSON - MARSTELLER, CARL BOYOR ASSOCIATES, CIMCOM, CONDÉ NAST, CREDITO EMILIANO, DOLCE & GABBANA, DOMPE, EDELMAN, EDISON, ENI, F.C. INTERNAZIONALE, FONDAZIONE ALTAGAMMA, FONDAZIONE GABER, FONDAZIONE PESENTI, GENERALI, GDFSUEZ, GOIGEST, GRAND HOTEL ET DE MILAN, HERA GROUP, HILL&KNOWLTON, HUMANITAS, IBM, ICORPORA-

TE ITALCEMENTI, ITALGAS, ILVA, KARLA OTTO, LIFONTI&CO, LOB, LONGCHAMP, LOROPIANA, LUXOTTICA, MEDIASET, MELISMELIS, MILLEEVENTI, MYPR, MONCLER, MSL GROUP, MONGINI COMUNICAZIONE, MUSEO DELLA SCIENZA E DELLA TECNOLOGIA, NIKE ITALY, NOVARTIS, PARLAMENTO EUROPEO, PIRELLI, POLIZIA DI STATO, PRCO, PRIMA COMUNICAZIONE, PUBLICIS, RADIOITALIA, REDCOMMUNICATION, RIZZOLI, SAYWHAT, SEC NEWGATE, SERGIO ROSSI, SISAL, SKY ITALIA, SMARTITALY, SNAM, SONY, THE HIVE PROJECT, UBI BANCA, UNICREDIT, UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO, VORWERK, WHIRPOOL EMEA.

Testimonianze e interventi delle passate edizioni

M. Abet (PIRELLI); L. Aliquot (INTESA SANPAOLO); M. Andreolli (F.C.INTER); R. Andretta (LA7); L. Annunziata (LASTAMPA-HUFFINGTON POST); L. Barabino (LUCA BARABINO & PARTNERS); M. Bardazzi (ENI); S. Battaglini (EDISON); R. Basso (ESPERTO DI COMUNICAZIONE ECONOMICA); R. Benedetto (BANCA IFS); M. Beretta (UNICREDIT E LEGA CALCIO SERIE A); M. Bernardini (TV TALK); W. Bruno (HUMANITAS); Greta Bonsignore (CARREFOUR); R. Buccolo (INTESA SANPAOLO); Cristina Camilli (COCA COLA); L. Caruso (PRYSMIAN); L. Casillo (SKY); E. Castelli (RAI); D. Cefis (GOVERNANCE CONSULTING); E. Sylvers (WALL STREET JOURNAL); Deborah Chiodoni (MUSEO DELLA SCIENZA E DELLA TECNOLOGIA); J. Clark (IL SOLE24Ore); V. Cino (COCA COLA); Flora COLUCCIA (LANCOME); I. Cordoba (F.C. INTER); A. Crispino (CORRIEREIT); L. De Biase (IL SOLE24Ore); Simona D'Altorio (MARS); R. D'Agostino (DAGOSPIA); F. De Caterina (L'OREAL); O. De Paolini (IL MESSAGGERO); G. Di Giovanni (ENI); I. Dompé (TELECOM ITALIA); D. Di Vico (CORRIERE DELLA SERA); F. Dotterl (EON ITALIA); H. Doyle (INTESA SANPAOLO); T. Ehardt (BLOOMBERG NEWS); A. Elefante (GAZZETTA DELLO SPORT); G. Fabi (RADIO 24); C. Fagnani (NIKE); M. Ferrando (IL SOLE 24ORE); G. Floris (LA7); F. Filippa (AMAZON); L. Fontana (CORRIERE DELLA SERA); C. Fornaro (SCOMUNICARE); P. Garavaglia (TRENORD); Giuliana Gentile (APCO WORLDWIDE); A. Gilli (PIRELLI HANGAR BICOCCA); P. Giordano (IL GIORNALE); G. Giubilei (RAI - TG3); Arnaldo Greco (AUTORE RAI); C. Grosselli (IBM); S. Ippolito (AGI); D. Hamau (D di REPUBBLICA); M. Latella (SKY TG 24); S. Lazzaroni (ALTAGAMMA); D. Liefgreen (BLOOMBERG NEWS);

R. Luna (GIORNALISTA); C. Loda (VIACOM); M. Maggioni (RAI); N. Marasa' (PARLAMENTO EUROPEO); Luca Marini (AMPLIFON); M. Marini (SKYTG24); W. Mariotti (EDITORIALE DOMUS); A. Martinelli (LE IENE); Giorgio Mastrota (PRESENTATORE TV); Don D. Milani (ARCIDIOCESI DI MILANO); A. Montanari (LA REPUBBLICA); F. Monti (CORRIERE DELLA SERA); G. Morale (INTESA SANPAOLO); R. Nainggolan (F.C.INTER); P. Musso (INTESA SANPAOLO); M. Naim (ECONOMISTA); R. O'Keeffe (ENEL); L. Pacitto (FASTWEB); G. Paoletti (IMAGE BUILDING); P. Pelli (CORRIERE DEL TICINO); A. M. Perrino (AFFARI ITALIANI); G. Pierini (COCA COLA HBC ITALIA); A. Plateroti (IL SOLE24ORE); APolo (FACILEIT); Mons. D. Pompili (CEI); M. Pontini (RADIO ITALIA); G. Poretti (ATTORE); Pietro Raffa (MR & ASSOCIATI); A. Ramazzotti (CORRIERE DELLO SPORT); A. Ranocchia (F.C. INTER); A. Ravetta (PRIMA COMUNICAZIONE); G. Robertoni (AUTORE TV); C. Rocca (ILSOLE24ORE); C. Rossanigo (ALLIANZ); S. Roveda (LIFE GATE); C. Rossella (MEDUSA FILM); A. Ruggie (CRACCO); M. Russo (HEARST); Saturnino (ARTISTA E IMPRENDITORE); C. Schieppati (CHI È CHI) F. Specchia (LIBERO); L. Sofri (ILPOST); R. Stringa (CORRIERE DELLA SERA); V. Suraci (RTL); F. Tamburini (IL SOLE24ORE); M. Tarantino (LA FELTRINELLI); M. Tesoro Tess (REPUTATION INSTITUTE); Alessandro Tommasi (WILL MEDIA); G. Turani (LA REPUBBLICA); F. Usai (CONDÉ NAST); F. Vaccarone (GOOGLE); P. Valentino (CORRIERE DELLA SERA); P. Ventimiglia (VANITY FAIR); F. Ventoruzzo (SISAL GROUP); P. Vercesi (RCS); J. Zanetti (F.C. INTER); M. Zepponi (CERES); G. Zoppis (ABI); Rudy Zerbi (CRITICO MUSICALE E PRODUTTORE); Alberto Taliani (IL GIORNALEIT)



Comitato scientifico

Direzione

Ruggero Eugeni

Condirezione

Stefano Lucchini

Consiglio direttivo

Simone Bemporad, Carla Bino, Antonio Calabrò, Andrea Canova, Sergio Crippa, Nicolangelo D'Acunto, Giovanni D'Anna, Ruggero Eugeni, Paolo Garavaglia, Stefano Lucchini, Giuseppe Lupo, Simonetta Saracino.

Coordinamento didattico

Simonetta Saracino

Tutoring

Linda Galeandro

I docenti

Simona Baroni (DOLCE&GABBANA); Simone Bemporad (GRUPPO GENERALI); Antonio Cala-

brò (PIRELLI); Francesco Caldarola (RAI); Rossella Camaggio (EDELMAN); Daniele Chieffi (BiWISE); Valeria Chiesa (HUMANITAS); Simona Ciralli (UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO); Luigi Crippa (F.C. INTER); Sergio Crippa (ITALMOBILIARE); Luca Dini (RCS); Matteo Fabiani (BANCA INTESA SANPAOLO); Paolo Garavaglia (TRENORD); Luigi Grasso (LA7); Diego Lifonti, THE STORY GROUP; Sergio Luciano, (ECONOMY); Paolo Mariani (CONFIDI MARCHE); Alessandro Magnoni (MAGNETI MARELLI); Sauro Mariani (SANDOMENICO HOTELS SRL); Roberto Monzani (F.C. INTER); Alberto Negri (UNIVERSITÀ CATTOLICA); Roberto Olivi (BMW); Laura Prinetti (MIUR); Salvatore Sagone (ADC Group); Maurizio Santacrose (FINECO); Patrizia Rutigliano (COMUNICATRICE); Andrea Stagnitto, THE STORY GROUP; Ralph Traviati (PIRELLI); Pierdonato Vercellone (A.C. MILAN); Claudio Urciuolo (ITALGAS); D. Sempio (SNAM).

Il Master in sintesi

Caratteristiche distintive

- ▲ Approccio di didattica tradizionale in presenza con case studies, esercitazioni e testimonianze
- ▲ Faculty composta da docenti e professionisti di rilevanza nazionale e internazionale
- ▲ Stage di 3/6 mesi presso le strutture di comunicazione e ufficio stampa di Aziende e Enti ed Istituzioni
- ▲ Network consolidato con aziende e realtà di rilievo nel settore

Destinatari

Laureati (Laurea Triennale e Laurea Specialistica/Magistrale)

Numero massimo partecipanti: 25

Le candidature saranno valutate in ordine di ricevimento fino ad esaurimento dei posti previsti

Deadline invio candidatura

18 ottobre 2024

master.unicatt.it/ammissione

La prima selezione dei candidati avviene in base ai materiali inviati, tenendo conto dei seguenti elementi di valutazione:

- ▲ voto di laurea;
- ▲ pertinenza di curriculum di studio e della tesi;
- ▲ buona conoscenza della lingua inglese;
- ▲ eventuali pubblicazioni pertinenti;
- ▲ eventuali attività già svolte nel settore.

Durata

Novembre 2024 – Novembre 2025

Le lezioni si terranno in presenza con modalità full-time, dal lunedì pomeriggio al venerdì. La frequenza è obbligatoria.

Quota di partecipazione

€ 8.500 (in rate).

Sono previste borse di studio a riduzione delle tasse universitarie, assegnate per meriti conseguiti durante il percorso formativo.



In collaborazione con

INTESA  SANPAOLO



 Italgas



prima
Comunicazione

PIRELLI

 Edelman

TRENORD

Informazioni

master.mediarelation@unicatt.it - master.universitari@unicatt.it

almed.master.unicatt.it/mediarelation

ALMED - Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo

almed.unicatt.it



MASTER MEDIA RELATION-ALMED



[mastermediarelation_unicatt](https://www.instagram.com/mastermediarelation_unicatt)



Master Media Relation



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

