



## Master universitario in BRAND COMMUNICATION

Il progetto, la costruzione e la gestione della  
marca

Testimonianze di alcuni ex partecipanti del master



### **Maria Vittoria Ceresoli**

*(terza edizione –  
2003/2004)*

Laurea quadriennale in  
Lettere classiche  
conseguita presso  
l'Università degli Studi  
di Milano.

Ha svolto lo stage post  
master in Filmmaster  
S.r.l. con il ruolo di  
assistente producer.  
Attualmente lavora  
presso la *New  
Partners film  
productions S.r.l* con il  
ruolo di producer.

Ancora prima di conseguire la laurea in lettere classiche avevo deciso che avrei lavorato in comunicazione. Chiaramente sapevo di aver bisogno di una formazione specifica in merito. Così ho iniziato a valutare diversi corsi e master che facessero al caso mio e, fra tutti, il master in Brand Communication mi sembrava il più completo perché mi dava la possibilità di venire a conoscenza dei diversi aspetti e delle diverse figure che si possono ricoprire in questo settore. La mia aspettativa prima di cominciarlo era quella di poter entrare in un mondo per me completamente nuovo. In questo senso ero un foglio bianco su cui poter scrivere e credo che questa sia la condizione migliore per imparare. **La cosa più interessante è che ti rendi conto di quanto ti ha dato il master quanto più vai avanti con gli anni. Mentre lavori ti ricordi interventi di professori, titoli di libri consigliati, partner professionali che avevi conosciuto come docenti al master.** Spesso si raccolgono i frutti in seguito: in questo senso posso dire che le mie aspettative sono state soddisfatte.

Il master mi ha dato degli strumenti da cui partire. Il profitto che si trae dal master è tanto più alto quanto più si è in grado di usare questi strumenti e di saperli sfruttare. Gli strumenti sono le lezioni teoriche, le esercitazioni pratiche, i contatti che si creano, i consigli, i rapporti con gli altri studenti.

**Credo che il master abbia un potenziale enorme che va sfruttato cercando di essere più recettivi possibile.**

Per me c'è stata una chiave di svolta durante il corso del master quando ho assistito all'intervento di un produttore che poi ho scoperto essere stato executive producer, copy-supervisor, creative director ed altro. Ha tenuto una lezione interessantissima sulla produzione e ha dato questa definizione di producer: "Il producer è colui con cui tutti si lamentano quando le cose vanno male e che nessuno ringrazia quando tutto è filato liscio!" L'ho presa come una sfida e, che ci si creda o no, da quel momento ho deciso che avrei voluto entrare in una casa di produzione. E oggi non ne sono ancora uscita.

### **Luca D'Alessandro**

*(terza edizione – 2003/2004)*

Laurea conseguita presso l'università degli studi di Parma.

Ha svolto lo stage post master come account presso l'agenzia Andrea Concato. Attualmente è Direttore Marketing e Business development. Ha fondato una brand di moda [www.nuvoline.it](http://www.nuvoline.it) è socio di una società di consulenza [www.seidimilano.it](http://www.seidimilano.it), è consulente per un'agenzia di web marketing e web solution per aziende [www.magic-cms.eu](http://www.magic-cms.eu)

Mi sono iscritto al master perché ero affascinato dal mondo della comunicazione aziendale e avevo ed ho una grande passione per la comunicazione e lo sviluppo di brand aziendali, soprattutto start up.

**Il master mi ha dato: la conoscenza degli strumenti di comunicazione attualmente in uso, l'apprendimento di know how da esperti del settore e professionisti. Le mie aspettative**

sono state soddisfatte perché le testimonianze ed i professori erano competenti e di altissimo livello.

**Devo ammettere che il master mi ha dato più coscienza di me, mi ha fatto comprendere ciò che avevo dentro e la mia passione per questo mondo.** Attualmente siamo in una situazione globale molto instabile, ma l'arma in più sono sempre e solo i contatti e la capacità di creare valore di marca soprattutto con noi stessi nei confronti degli altri. Dopo il master ho lavorato in molte aziende di comunicazione, ho imparato sul campo, ho fatto corsi formativi per piccole realtà che volevano accrescere le loro competenze, ora ho fondato una piccola software house, realizziamo siti web, sviluppiamo campagne di web marketing, collaboro con un network di professionisti e vivo di entusiasmo per ciò che faccio, la crisi è uno stato mentale, occorre essere positivi sempre.



**Davide Caterina**

*(quarta edizione – 2004/2005)*

Laurea in Economia presso Università degli studi di Salerno. Ha svolto lo stage post master come addetto all'Immagine di Marca presso Citroen Italia. Attualmente è Account Executive presso l'agenzia 1861United (wpp gorup).

Ho scelto questo master perché avevo bisogno di una specializzazione mirata e pratica nella comunicazione rispetto alla preparazione più teorica e generica dell'università.

**Il master è venuto incontro alle mie aspettative: mi ha fornito gli strumenti giusti, per entrare nel mondo della comunicazione. I docenti, le lezioni e i project work mi hanno dato le basi per svolgere al meglio questo lavoro e mi hanno permesso di approfondire il lavoro di gruppo.**

**Il master ha assolutamente contribuito al raggiungimento dei miei obiettivi professionali, infatti è grazie a questa specializzazione post-laurea se ho avuto modo di lavorare in azienda e poi in 3 grandi agenzie pubblicitarie.** Dal master in poi ho potuto sviluppare pian piano una rete di contatti nel mondo della comunicazione.

Io lo consiglierai. Poi dipende tutto dalle aspettative personali. Le mie sono state rispettate in pieno.



**Francesca Partipilo**

*(quarta edizione – 2004/2005)*

Laurea quadriennale in Relazioni Pubbliche conseguita presso lo IULM di Milano. Ha svolto lo stage post master come Media planner presso Carat Milano, attualmente lavora nella stessa azienda come Supervisor.

Mi sono iscritta a questo master per dare una certa "specificità" alla mia formazione universitaria.

Il corso di laurea in Relazioni Pubbliche mi ha dato una preparazione troppo generica, un po' di tutto...sentivo il bisogno di specializzarmi in qualcosa.

**Le mie aspettative erano perciò molto alte e il percorso didattico del master le ha soddisfatte a pieno.**

**In termini umani questa specializzazione post laurea mi ha permesso di conoscere persone in gamba e stimolanti. A livello professionale invece mi ha dato gli strumenti per rendere concreto quello che era solo concettuale.**

Il master mi ha aiutato a creare un contatto con l'agenzia dove sono ora e soprattutto mi ha dato la preparazione necessaria al tipo di lavoro che sto svolgendo. Mi ha permesso di vendermi meglio a livello professionale.

**Lo consiglio non solo per il livello di preparazione che dà ma anche per i contatti che crea tra professionisti del settore, partecipanti del master e aziende di comunicazione.**



**Lorenzo Lombardo**

*(quarta edizione – 2004/2005)*

Laurea (vecchio ordinamento) in Scienze Politiche conseguita presso l'Università degli studi di Firenze.

Ha svolto lo stage post master presso Rapp Collins come Junior Account.  
Attualmente è Specialist Direct Marketing Area Nielsen 3 presso Consodata/Seat Pagine Gialle.  
Lavorare nel mondo della pubblicità è sempre stata la mia passione fin da quando avevo 14 anni e lo slogan "Chi Vespa mangia le mele" della Piaggio della fine degli anni '70 mi aprì molti universi paralleli nella mente.  
A 14 anni decisi: mi prendo questo diploma in Ragioneria IGEA che mi interessa poco o niente.  
Mi laureo in Scienze Politiche indirizzo storico/sociale così ampio le mie conoscenze del mondo da questi punti di vista. Mi iscrivo ad un master in comunicazione ad ampio spettro. Il master in Brand Communication del Politecnico era per me quindi perfetto.  
Volevo imparare le teorie della comunicazione più importanti ed attuali e poterle mettere in pratica con esperienze concrete. Le aspettative sono state soddisfatte visto che i miei studi universitari precedenti erano davvero molto disparati e che non avevo alcuna esperienza nell'ambito della comunicazione.  
Durante il master ho avuto il piacere di poter conoscere persone affabili umanamente e stimolanti professionalmente.  
**Questo master ha contribuito senza ombra di dubbio al raggiungimento dei miei obiettivi professionali dandomi conoscenze di base in tutti i settori della comunicazione attuale che continuo ad usare quotidianamente.**  
**Per me (che ho fatto Scienze Politiche) così come per altri miei colleghi (che avevano fatto Giurisprudenza o Lingue) i temi trattati dal Master sono stati una vera scoperta e quindi un buon investimento.**



**Paolo Szost**  
*(quinta edizione – 2005/2006)*

Laurea in scienze della comunicazione conseguita presso l'università degli studi di Macerata.  
Ha svolto lo stage post master come account presso Saathi&Saatchi. Attualmente è account supervisor presso Semiothings.

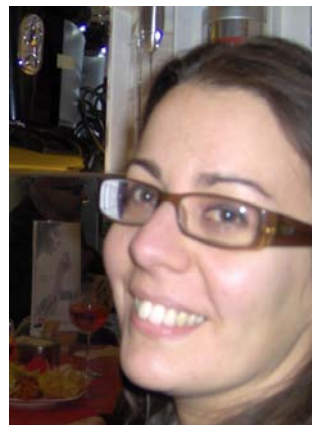
Ho scelto di frequentare questo master perché nell'attuale panorama della comunicazione i processi di brand assicurano resistenza sul mercato e ottiche di lungo periodo.

**Le mie aspettative sono state soddisfatte pienamente. In più mi sono stati forniti gli strumenti per operare nel mondo dell'accounting che mi hanno permesso di trovare da subito dei riscontri nel mondo del lavoro.**

**Questo master, oltre che farmi conoscere i miei attuali grandi amici, mi ha aperto la mente, mi ha mostrato il "dietro le quinte" del mondo della comunicazione.** Ho frequentato il master dopo un periodo lavorativo quindi le lezioni mi hanno fornito risposte a domande che già avevo sulla comunicazione.

Si può svolgere il proprio lavoro in maniera ottimale solo se si conoscono le teorie e gli obiettivi connessi alla propria professione. In questo modo si riesce ad avere uno sguardo ampio sulle prospettive del mondo della comunicazione. Il master mi ha fornito questi modi e obiettivi. Consiglio questo master a chi è particolarmente motivato ad approfondire le dinamiche del brand ed in particolare il mondo delle agenzie pubblicitarie.

**Lo considero un'ottima specializzazione post laurea perché il Politecnico garantisce ottime performance teoriche e Assocomunicazione garantisce la presenza in aula dei più illustri esponenti del panorama contemporaneo della comunicazione.**



**Eleonora Bravo**  
*(quinta edizione – 2005/2006)*

Laurea vecchio ordinamento in Scienze della Comunicazione – indirizzo comunicazione istituzionale e d'impresa conseguita presso l'Università degli Studi di Padova.  
Ha svolto lo stage post master presso Fiera Milano come Media Planner Assistant.

Attualmente si occupa di Comunicazione e Marketing presso un'azienda che produce e commercializza alimenti biologici, funzionali e salutistici.

Mi sono iscritta al master perché volevo entrare nel merito del lavoro che sarei andata a fare con esempi pratici e affiancando professionisti, e non più solo docenti universitari che basavano gran parte delle loro lezioni sulla teoria. Così è stato.  
**In termini professionali il master mi ha dato molto:** soprattutto durante il mio stage, svolto al

fianco di una vera professionista, disposta ad insegnarmi tutto quello che sapeva, ha arricchito molto il mio curriculum.

**Durante i colloqui di lavoro il Master è sempre stato valutato positivamente dai miei intervistatori. Credo quindi che abbia contribuito a farmi scegliere per i lavori ottenuti dopo il Master.**

#### **Paula Cilento**

*(quinta edizione – 2005/2006)*

Laurea Specialistica V.O. in Lingue e Letterature Straniere Moderne. Indirizzo Storico – Culturale. Università degli Studi di Milano.  
Ha svolto lo stage post master presso Euromeeting (affiancamento al Marketing-Commerciale).

Mi sono iscritta a questo master per approfondire le conoscenze e le competenze professionali correlate al settore della comunicazione, che avevo avuto occasione di conoscere e valutare nel corso delle esperienze maturate presso compagnie multinazionali.

Volevo ottenere una formazione di alto livello accademico da applicare in nuove realtà lavorative, dinamiche, in armonia con la mia formazione universitaria e le mie aspirazioni professionali.

**Grazie al master sono entrata in contatto con i professionisti della comunicazione italiana, che hanno messo la loro esperienza a completa disposizione dei partecipanti.**

L'organizzazione dei project work ha successivamente reso necessaria la stretta collaborazione degli studenti per il raggiungimento dell'obiettivo comune, nei tempi e nei modi pressanti caratteristici di questo settore.

L'obiettivo primario di avere una formazione di tipo superiore e applicarla in un settore lavorativo diverso da quelli fino a quel momento conosciuti, è stato raggiunto anche grazie all'inserimento post-master nell'organico di un'azienda specializzata in progetti di comunicazione per l'editoria nazionale ed estera.

**Per chi come me ha deciso di dare una svolta significativa alla propria esperienza lavorativa – ed è disposto a mettersi in gioco - si pone di fronte a una sfida che il Politecnico di Milano è in grado di raccogliere e portare a compimento.**



#### **Eligio Cozzoli**

*(sesta edizione – 2006/2007)*

Laurea in Ingegneria Gestionale (V.O.) conseguita presso l'Università degli Studi di Brescia.

Ha svolto lo stage post master presso De Agostini all'interno dell'area Marketing dei prodotti collezionabili – Divisione Global Products.

Attualmente è Assistan Product Manager (Marketing Prodotti Surgelati) presso Cameo s.p.a.

Scelsi di frequentare il Master in Brand Communication guidato dalla passione per il marketing e la comunicazione, rimasta assopita durante il mio percorso di studi in Ingegneria Gestionale, ma tornata a pulsare forte durante i due anni lavorativi trascorsi in Barilla. Fra l'ampia scelta di master nell'ambito della comunicazione scelsi l'MBC per il suo programma ampio e l'assicurazione data dalla presenza di Assocomunicazione e Politecnico di Milano tra gli organizzatori.

Quando lo scelsi, pensavo che l'MBC mi avrebbe fornito una base solida di conoscenze su cui far poggiare un nuovo percorso di carriera nell'ambito del marketing e della comunicazione. Credevo anche che grazie alla presenza di professionisti sarei venuto a contatto con esperienze vere, vissute sul campo, e non solo con un approccio troppo teorico alla materia. Fortunatamente le mie aspettative furono soddisfatte.

**Il master mi ha fatto conoscere il mondo della comunicazione, presentandomene le logiche e offrendomi chiavi di lettura, così come mi ha fornito una base teorica di marketing.** Teoria a parte, i maggiori stimoli sono arrivati dalla pratica e dalla "vita di ogni giorno". La prima ci vedeva all'opera grazie ai numerosi casi pratici e project work, la seconda di volta in volta entrava in aula negli abiti di un esperto di comunicazione, branding, media e molto altro. Last but not least, l'una e l'altra ci hanno permesso di arricchire la quotidianità con costruttivi confronti e piccole sfide, nonché di creare un gruppo di "masterini" composito ma saldo e affiatato.

**Grazie al master ho potuto fare in primo luogo un'esperienza di stage in una azienda multinazionale come De Agostini; più in generale, grazie alle conoscenze sviluppate ho potuto accedere alla posizione che ricopro in Cameo, per iniziare quel percorso nel marketing che da tempo volevo intraprendere.**

Consiglierei il Master in Brand Communication a tutti coloro i quali provano una passione per la comunicazione e la costruzione della marca, e che magari, come me, non l'hanno assecondata durante il loro percorso di studi. Perché mi sento di dire che non è mai troppo tardi per diventare un laureato di marca!

Guarda la sua videointervista su YouTube:  
<http://it.youtube.com/watch?v=Uvxa12xL1LI>



**Mattia Rovini**

(sesta edizione – 2006/2007)

Laurea specialistica in comunicazione d'impresa conseguita presso l'università Cattolica del Sacro Cuore. Ha svolto lo stage post master presso mediaedge:cia, dove attualmente lavora come online media

planner.

Mi sono iscritto a questo master per avere un rapporto più pratico verso la comunicazione. Volevo acquisire maggiore chiarezza su alcuni aspetti del processo comunicativo e su alcuni lavori e volevo "rubare" esperienze lavorative a professionisti del settore. Entrambe queste aspettative sono state soddisfatte.

**Il master mi ha permesso di ottenere una conoscenza più approfondita e "materiale", non solo teorica, della comunicazione e questo mi ha fatto raggiungere anche una maggiore consapevolezza nei miei mezzi.** Gli insegnamenti e le esercitazioni, anche quelle che ritenevo più "pallose", in realtà in ambito lavorativo si sono rivelate molto utili.

**Ho già consigliato questo master ad amici e compagni d'università perché l'ho trovato valido, non la solita "fuffa".**

#### **Elisa Bertini**

(sesta edizione – 2006/2007)

Laurea in Scienze della Comunicazione Indirizzo turistico conseguita presso lo IULM. Ha svolto lo stage post master presso mediaedge:cia. Attualmente lavora presso OmnicomMediaGroup New Business and International Development Department come Media Planner.

Ho scelto di frequentare il master MBC per due ordini di motivi: ampliare le mie conoscenze

nell'ambito della comunicazione e avere la possibilità di interagire direttamente con professionisti, portavoce di importanti realtà aziendali.

**La mia più grande aspettativa, sicuramente soddisfatta dal master, è stata quella di capire meglio quale strada percorrere all'interno del mondo della comunicazione.**

Sotto l'aspetto personale ho instaurato bellissimi rapporti di amicizia con molti dei miei compagni di master e a livello professionale ho acquisito una più completa visione della materia.

**L'obbiettivo che ogni ragazzo si pone una volta uscito dal master è quello di avere una posizione professionale in un'azienda o agenzia che più lo rappresenta. Nel mio caso ho raggiunto pienamente l'obbiettivo prefissato.**

Consiglierei questo master, per me è stata un'esperienza costruttiva e stimolante che deve comunque essere accompagnata dalla volontà e capacità del singolo.

Guarda la sua videointervista su YouTube:  
<http://www.youtube.com/watch?v=kfJJu4qfFXw>



**Giorgio Belvedere**

(settima edizione – 2007/2008)

Laurea in Scienze della Comunicazione presso l'Università degli Studi di Padova. Ha svolto lo stage post master presso l'azienda Acropark come Marketing & Creative Assistano. Attualmente è Project Manager presso Mobika.

Dopo la laurea sentivo l'esigenza di affinare alcune materie che all'università erano state esposte, a mio avviso, in maniera poco approfondita.

Ho scelto questo master perché mi interessava che gli aspetti teorici venissero ben supportati da esperienze pratiche. Il fatto che il corpo docenti fosse in gran parte composto da professionisti del settore del marketing e della comunicazione ha ampiamente risposto alle mie aspettative.

**In termini professionali grazie a questo master ho acquisito maggiore padronanza degli strumenti necessari per affrontare il mondo del lavoro.** Questa consapevolezza ha portato ad una maggiore fiducia in me stesso, utile non solo in campo professionale.

**Dopo il master mi sono sentito pronto ad affrontare il mondo del lavoro con maggiore**

**sicurezza**, in quanto di volta in volta sapevo come analizzare ed affrontare situazioni anche complesse.

**Lo consiglieri per l'attenzione e la cura con cui sono stati scelti i temi che vanno a comporre il programma.** All'interno dello spazio di manovra si è saputo scegliere bene quali argomenti affrontare in modo approfondito e quali invece sorvolare più rapidamente. Il tutto con l'obiettivo di creare un master altamente professionalizzante.



**Maurizio Tarallo**

*(settima edizione – 2007/2008)*

Laurea Magistrale in Comunicazione Politica e Sociale (indirizzo marketing e comunicazione d'impresa) conseguita presso

l'Università degli Studi di Milano.

Ha svolto lo Stage post master presso Unione Calcio AlbinoLeffe, società di calcio iscritta al campionato nazionale di calcio SERIE B TIM – ufficio marketing. Attualmente lavora presso la stessa società come responsabile Marketing e Comunicazione.

Ho scelto di frequentare questo master in quanto la mia laurea magistrale mi forniva ottimi strumenti teorici, ma nessun tipo di approccio pratico al tema della comunicazione e del marketing. Il master in Brand Communication era il master che maggiormente offriva un ventaglio ricco ed accurato di offerta formativa sul tema della comunicazione d'immagine di marca e dunque aziendale.

Le mie aspettative erano quelle di poter acquisire più conoscenze ed informazioni specifiche possibili sul tema della comunicazione. Nutrivo grandi speranze anche nei confronti dei workshop condotti sui casi aziendali. Era l'occasione per trovarsi davanti a casi aziendali concreti e reali. Il lavoro in team ci ha permesso di affrontarli in maniera arricchente.

**Il master mi ha dato grosse competenze e conoscenze applicate al tema dell'immagine di marca. Ma non solo:** è stato il momento per conoscere professionisti del settore in maniera diretta ( i professori) ed anche ottimi colleghi (ragazzi giovani con la voglia di crescere e di imparare), con punti di vista differenti dai miei. Un modo per incontrare diversi modi di approccio al quotidiano, capace di arricchirti anche umanamente.

**Il master ha contribuito al raggiungimento dei miei obiettivi professionali. Mi ha offerto le competenze per avere una crescita all'interno della realtà in cui lavoravo** (e presso cui ho effettuato lo stage formativo). Grazie alle competenze acquisite ed alla stima che la società nutriva nei miei confronti, mi è stato chiesto di dirigere l'ufficio marketing e comunicazione, fungendo da punto di riferimento dell'ufficio che ora conta una buona strutturazione (6 operatori interni più numerose aziende o agenzie che con noi hanno rapporti).

**Sicuramente mi sento di consigliarlo vivamente. Il master rappresenta un'occasione di crescita professionale**, sta poi alla persona sfruttare al meglio questa esperienza formativa, mettendola a compimento con il proprio impegno, le proprie capacità e la propria volontà di emergere e crescere nel proprio lavoro.



**Emiliana Papeo**

*(ottava edizione – 2008/2009)*

Laurea Magistrale in Scienze della Comunicazione conseguita presso l'Università di Bologna. Ha svolto lo stage presso DRAFTFCB nel ruolo di shopper marketing strategy assistant.

Mi sono iscritta al master per completare il mio percorso di studi attraverso l'acquisizione di competenze più specifiche e la definizione del mio profilo professionale, essendo la mia laurea non accademica e aperta a vari sbocchi.

Volevo essere aiutata a definire meglio il mio profilo professionale, le mie inclinazioni e le mie competenze. Sono soddisfatta del risultato poiché **il master è strutturato in modo preciso, orientato a formare una specifica figura professionale.**

In plus di questo master sono stati: la possibilità di entrare in contatto con il settore lavorativo di competenza del master e il **confronto con un'ottima e variegata rappresentanza di figure professionali d'alto livello**, che hanno offerto uno scorcio pratico della realtà in cui andavo ad inserirmi, permettendo una riflessione reale su quello che sono, che voglio e che sono portata ad essere.

**Il master ha contribuito al raggiungimento dei miei obiettivi professionali offrendomi la possibilità di fare ciò che ho sempre voluto fare e per il quale ho studiato**, dandomi gli

strumenti per non farmi cogliere impreparata durante il mio ingresso in questo settore professionale.

Lo consiglierei a tutti coloro che già hanno fatto un percorso di studi attinente all'oggetto del master, o che in qualche modo hanno avuto a che fare con il settore della comunicazione, perché aiuta ad orientarsi e **fornisce gli strumenti metodologici e i contatti per poter entrare nel settore.**

**Lo reputo un master di tipo pratico-operativo, che si basa più sulla simulazione della realtà lavorativa in cui si sta per entrare piuttosto che sulla teoria** (che dovrebbe già essere stata acquisita in ambito accademico). In tal senso costituisce un valore aggiunto e insieme il completamento del proprio percorso di studi.



**Camila Pimentel  
Vieira De Melo**

*(ottava edizione –  
2008/2009)*

Laurea in Disegno Industriale conseguita presso l'Università di Campina Grande (Brasile). Ha svolto lo stage presso POPAI ITALIA nell'ufficio stampa, attualmente

affianca la responsabile ricerche di OGILVY & MATHER nel reparto planning strategico.

Dopo aver fatto molte ricerche su master post laurea ho deciso di venire in Italia a frequentare il l'MBC perché ho valutato attentamente i contenuti disciplinari e la fama internazionale che vanta il Politecnico di Milano.

Le mie aspettative erano soprattutto sulla bravura dei docenti, sono stata pienamente soddisfatta: oltre a essere professionisti autorevoli erano anche molti disponibili. Mi hanno dato l'opportunità di seguire lezioni molto interessanti e hanno fatto accrescere la mia passione verso il mondo della comunicazione di marca. Ho finito il master con grande entusiasmo.

**Ringrazio anche tutto il team che lavora dietro le quinte del master, mi hanno seguito in tutti gli step anche quando ero in Brasile, e in aula sia le attrezzature fornite sia l'assistenza è stata di ottimo livello.**

In termini umani il master mi ha fatto conoscere persone stupende con le quali rimarrò in contatto. In termini professionali mi ha fatto vivere esperienze gratificanti come i project work sviluppati con le aziende e i due stage in società internazionali.

Consiglio sicuramente questo master, per me è stato un trampolino di lancio e mi è piaciuto molto vivere a Milano, in un ambiente frizzante e stimolante.