

POLITECNICO DI MILANO



Decreto Rep. n° 1128 Prot. n° 11544
Data 26.04.2011
Titolo III Classe V
UOR UM - Ufficio Master

VISTO lo Statuto del Politecnico di Milano;
VISTO il D.M. 3.11.1999, n.509;
VISTO il D.M. 22.10.2004, n. 270;
VISTO il Regolamento Didattico di Ateneo;
VISTO il Regolamento dei Master universitari del Politecnico di Milano emanato con D.R. n. 19/AD-ID del 28.04.2004;
ACQUISITO il parere favorevole del Senato accademico nella seduta del 18.04.2011, in merito all'istituzione ed attivazione di proposte di Master universitari, tra i quali il Master universitario di I livello "Brand Communication, il Progetto, la Costruzione e la Gestione della Marca".

DECRETA

È istituito e attivato per gli anni 2011/2013 il Master universitario di I livello "Brand Communication, il Progetto, la Costruzione e la Gestione della Marca".

ART. 1 **Caratteristiche del Master**

Presso la Scuola di Design è istituito e attivato il Master universitario di I livello "Brand Communication, il Progetto, la Costruzione e la Gestione della Marca".

La sede amministrativa del Master universitario è presso il Consorzio Universitario Polidesign.

Il Direttore del Master universitario è la Prof.ssa Maria Luisa Galbiati.

La Commissione del corso di Master universitario è composta dai professori del Politecnico di Milano: Maria Luisa Galbiati, Paolo Ciuccarelli, Francesco Zurlo, Giuliano Simonelli, Walter Mattana, Matteo Oreste Ingarano.

ART. 2 **Obiettivo formativo e sbocchi occupazionali**

Il master intende formare professionisti con competenze di coordinamento dei progetti di comunicazione che si sviluppano nelle imprese, relativamente alle aree strategiche, in presenza di nuovi contesti tecnologici. Il processo formativo riguarderà tutti gli aspetti del progetto di comunicazione e, in particolare, si occuperà di fornire ai partecipanti l'insieme degli elementi che rendono possibile la costruzione della marca sia nell'area *above the line* che nell'area *below the line*: marketing e comunicazione, Communication mix, la comunicazione multimediale e interattiva, Account e strategic planning, Brand Marketing Strategy, il lavoro creativo (art e copy), media planning, empowerment. I partecipanti saranno inseriti in agenzie di comunicazione o in imprese produttrici, nelle mansioni relative ai processi strategici di comunicazione (account, strategic planner, brand manager, media planner).

ART. 3
Contenuti e organizzazione della didattica

Il Master universitario inizierà a ottobre 2011 e terminerà a gennaio 2013.

Il master forma professionisti nel campo della comunicazione strategica della marca attraverso lo studio delle competenze nelle seguenti funzioni: account, strategic planner, brand manager e media manager. Il Master universitario permette il conseguimento di 60 CFU, pari a 60 ECTS riconosciuti in tutta Europa. Il processo formativo riguarderà tutti gli aspetti del progetto di comunicazione e si occuperà di fornire l'insieme degli elementi che rendono possibile la costruzione della marca. I partecipanti acquisiranno capacità di vision, di organizzazione e gestione di progetti complessi di comunicazione, di abilità trasversali, di conoscenza dei meccanismi economici dei mercati contemporanei, alla luce delle innovazioni tecnologiche che stanno trasformando la società. I docenti, più di 50, sono tutti professionisti e manager del mondo della comunicazione. Al termine del master è previsto uno stage della durata di 500 ore nelle imprese associate AssoComunicazione e nelle aziende produttrici.

La didattica sarà così articolata:

lezione	361	25
Ore di esercitazione pratica o project work	354	15
stage	500	20
Ore di studio individuale	285	

I contenuti disciplinari dei singoli insegnamenti saranno i seguenti:

Area 1 – Formazione generale

SSD	insegnamento	totale ore attività modulo	CFU
M-PSI/01	Dalla società dell'informazione alla civiltà dell'empatia	176	7

Dalla società dell'informazione alla civiltà dell'empatia - M-PSI/01

Storia, cultura, teorie e tecniche della comunicazione, il pensiero creativo. Modelli organizzativi, culturali e manageriali dell'impresa. Elementi di merceologia. I principi della persuasione. Stili di marca e di consumo. Branding, brand image, brand equità. Il design strategico.

Area 2 formazione specialistica

SSD	insegnamento	totale ore attività modulo	CFU
SECS-P/08	Marketing, comunicazione, societing (CSR)	133	5,5
ICAR 13	Processi pubblicitari e di agenzia	107	4
SECS-P/08	Account e strategic planning	63	3
SECS-P/08	Creatività	87	3
SECS-P/08	Media	103	4
SECS-P/08	Produzione	32	1
SECS-	La comunicazione efficace	72	2

P/08	Personal Profile	35	1,5
------	------------------	----	-----

Marketing, comunicazione, Societing (CSR)- SECS-P/08

Comunicazione come fattore strategico. La comunicazione d'impresa. La comunicazione al consumatore. Elementi di marketing - L'impresa marketing oriented - Il marketing mix - Il marketing plan. Il mass marketing. Il marketing industriale. Il conto economico del prodotto. U.S.P. (Unique Selling Proposition). La distribuzione, i suoi tempi, le sue politiche, la pezzatura del prodotto e le strategie di packaging. La multicanalità. Il biz to biz. Direct marketing. CRM. Guerrilla marketing. Social networking: aspetti culturali ed economici della rete. WOM. Il marketing emozionale. Geomarketing, micro marketing. La comunicazione al punto vendita. Brand market strategy. Trade research (Nielsen). Consumer research (Eurisko). La comunicazione istituzionale e la reputation. L'impresa people oriented. Green marketing e green communication. Societing. Contenuti e contesti della comunicazione sociale. La comunicazione multimediale, interattiva, partecipativa (co-creativa).

Processi pubblicitari e d'agenzia - ICAR 13

La struttura dell'agenzia di comunicazione (indipendente,internazionale,network,partnership). Il progetto di comunicazione in agenzia e in azienda. Le professioni della comunicazione. Communication mix. Le promozioni. Le relazioni pubbliche. Il marketing relazionale. Gli eventi. Il product placement. Come si scrive un brief. Gestione del briefing e tecniche di brainstorming. Brand e corporate identity. Produzione di filmati pubblicitari. La produzione stampa. Il packaging. La campagna pubblicitaria.

Account e strategic planning - SECS-P/08

Ruolo e funzioni dell'account. Il coordinamento del pensiero strategico della marca. La comunicazione al consumatore. Analisi di mercato e le scelte conseguenti. Ruolo e funzioni dello strategic planner. Piano di lavoro e strategie comunicative. Modelli strategici. Il planning strategico su web. Time billing. Meeting report. Aspetti legali e giuridici della comunicazione commerciale. La comunicazione internazionale tra aspetti locali e globali.

Creatività - SECS-P/08 Art e copy.

Il lavoro creativo. Accenni di storia della creatività di comunicazione in Italia, conventional e unconventional. Dal briefing al concetto di campagna. Approcci al progetto creativo: approfondimento delle tecniche e degli strumenti di accelerazione del percorso creativo. Creatività strategica: l'impresa funky. Creatività e mezzi. La creatività oltre i mezzi. Percorsi di co-creazione in rete. Creatività da premio. Creatività ed efficacia.

Media - SECS-P/08

Comunicazione e media: panoramica sui mezzi e le professioni. Gli strumenti informatici per la pianificazione. Le ricerche sui mezzi (le grandi ricerche). Le caratteristiche dei media ATL e BTL. La strategia e l'auditing. Pianificazione e target group. Sinottica. Gli istituti di ricerca: tipologie e metodi di ricerca. Gli investimenti nel mercato della pubblicità: i centri media. Il cliente. Dal marketing alla strategia media. Panoramica sui nuovi media.

Area 3 Project work

	PW 1	80	4
	PW 2	80	4
M-PSI/01	EMPOWERMENT	32	1

2 Project work – ICAR 13

Ogni Project work della durata di 80 cad affronta il progetto di una campagna di comunicazione a partire da un brief sviluppando tutti gli step appresi durante il percorso teorico.

Empowerment - M-PSI/01

Sviluppo della consapevolezza di sé nelle organizzazioni e nelle relazioni interpersonali; Teamwork; Leadership; La comunicazione efficace (public speaking); La relazione negoziale; Il curriculum; La propria presentazione nel mondo del lavoro.

ART. 4

Requisiti di ammissione

Il Master universitario è riservato a candidati in possesso di Diploma universitario o Laurea V.O., Laurea o Laurea Specialistica/Magistrale N.O. in Ingegneria, Architettura, Disegno Industriale, discipline umanistiche o tecnico-scientifiche.

Per i candidati stranieri saranno considerati titoli di studio equivalenti nei rispettivi ordinamenti degli studi.

La selezione sarà a cura della Commissione.

Il numero di allievi ammessi è **35**.

ART. 5

Adempimenti formali

La **domanda di ammissione** dovrà essere presentata a decorrere dal giorno successivo alla data del presente Decreto ed **entro il 20 ottobre 2011**.

*** Cittadini italiani/stranieri con titolo di studio conseguito in Italia**

Domanda di ammissione al Master universitario in carta libera contenente le autocertificazioni relative a:

- Identità personale (cognome e nome, data e luogo di nascita, nazionalità e residenza)
- Titolo accademico conseguito con indicazione delle votazioni riportate nei singoli esami di profitto
- Breve curriculum accademico e professionale
- copia del documento di identità

*** Cittadini italiani/U.E. con titolo conseguito all'estero**

Domanda di ammissione al Master universitario in carta libera contenente:

- Autocertificazione relativa all'identità personale (cognome e nome, data e luogo di nascita, nazionalità e residenza)
- Fotocopia del titolo accademico conseguito oltre ad un certificato da cui risultino le votazioni riportate nei singoli esami di profitto (all'atto dell'immatricolazione dovrà essere consegnato il titolo originale corredato di traduzione ufficiale in lingua italiana, legalizzazione e dichiarazione di valore in loco a cura della Rappresentanza italiana all'estero competente per territorio)
- Breve curriculum accademico e professionale
- copia del documento di identità

La domanda di ammissione dovrà riportare la dichiarazione. "Autorizzo il Politecnico di Milano al trattamento dei miei dati personali ai sensi del D.Lgs. n. 196 del 30.6.2003".

La domanda di ammissione sarà reperibile sul sito <http://www.polidesign.net/mbc> oppure contattando l'Ufficio Coordinamento e Formazione all'indirizzo e-mail mbc@polidesign.net

La documentazione dovrà essere inviata a:

Consorzio universitario Polidesign

Via Durando, 38/A

20158 Milano (MI)

Tel: 02/2399.7208

Fax: 02/23997217

Email: mbc@polidesign.net

Ai sensi dell'art. 75 del D.P.R. 445/2000, qualora l'Amministrazione riscontri, sulla base di idonei controlli, la non veridicità del contenuto di dichiarazioni rese dal candidato, il dichiarante decade dai benefici eventualmente conseguiti dal provvedimento emanato sulla base della dichiarazione non veritiera.

*** Cittadini extra U.E. residenti all'estero**

I cittadini stranieri non comunitari residenti all'estero dovranno presentare alla Rappresentanza Diplomatica Italiana competente per il territorio

- domanda di ammissione al Master universitario in carta libera
- titolo di studio posseduto in originale
- breve curriculum accademico e professionale

la Rappresentanza trasmetterà tutta la documentazione a

**Servizio Offerta Formativa e Post Laurea
Master e Corsi di Perfezionamento**

Politecnico di Milano
P.zza Leonardo da Vinci 32 Padiglione Nord
20133 Milano
Fax +39/02/23992565

entro i termini di chiusura del presente bando, secondo quanto disposto dalla nota del MIUR n.1291 del 16.05.2008.

Tutti i documenti presentati devono essere accompagnati da una traduzione ufficiale in lingua italiana munita di legalizzazione da parte delle autorità competenti.

Il Servizio Offerta Formativa e Post Laurea- Master e Corsi di perfezionamento, ricevuta la richiesta di adesione degli studenti suddetti alle prove di accesso, ne verificherà l'effettiva partecipazione, comunicandone l'avvenuto esito alle Rappresentanze competenti per il successivo perfezionamento della documentazione necessaria per l'iscrizione al Master, che avverrà solo nel caso in cui i candidati superino le citate procedure di ammissione e per il rilascio del necessario visto nazionale di lungo soggiorno.

I cittadini **extra U.E. residenti in Italia** possono provvedere personalmente alla consegna dei documenti sopra elencati.

MODALITA' DI IMMATRICOLAZIONE:

TITOLO DI STUDIO CONSEGUITO IN ITALIA

Gli allievi ammessi al Master devono presentare domanda di immatricolazione sul modulo appositamente predisposto, completo di marca da bollo. Il conseguimento del titolo accademico in Italia può essere autocertificato compilando l'apposito spazio sulla domanda di immatricolazione.

I cittadini extra U.E., oltre alla documentazione di cui sopra, **devono consegnare copia del permesso di soggiorno.**

TITOLO DI STUDIO CONSEGUITO ALL'ESTERO

Gli allievi ammessi al Master devono presentare domanda di immatricolazione sul modulo appositamente predisposto, completo di marca da bollo.

Il conseguimento del titolo accademico deve essere documentato presentando:

- **dichiarazione di valore in loco** rilasciata dalla Rappresentanza Italiana all'estero competente per territorio (Ambasciata Italiana o Consolato Italiano) su carta intestata completa di relativo timbro in originale;
- **traduzione** ufficiale del titolo accademico in lingua italiana e legalizzazione con timbro in originale rilasciato dalla Rappresentanza Italiana all'estero competente per territorio (Ambasciata Italiana o Consolato Italiano);
- **titolo accademico in originale** o copia conforme dello stesso; qualora lo studente non sia in possesso del titolo suddetto allegare il certificato di laurea in originale che sostituisce a tutti gli effetti il titolo accademico.

I cittadini extra U.E., oltre alla documentazione di cui sopra **dovranno presentare il certificato di identità personale** rilasciato a cura della Rappresentanza Italiana all'estero competente per territorio (Ambasciata Italiana o Consolato Italiano) e **copia del permesso di soggiorno**.

Ogni studente nato in un Paese Extra UE ma che dichiara, sulla domanda di immatricolazione, il possesso di cittadinanza in un paese UE, deve allegare copia di un documento di identità dal quale si evince la cittadinanza dichiarata. La mancata presentazione di copia del documento di identità comporta l'obbligo di consegna di copia del permesso di soggiorno.

Gli allievi, per ottenere l'ammissione all'esame finale del Master, debbono presentare – entro 30 giorni prima della data dell'esame - apposita istanza su carta legale al Politecnico di Milano.

Al termine del corso, superata la prova finale, gli studenti in possesso di titolo di studio straniero sono tenuti a ritirare personalmente il titolo di studio in originale depositato al Servizio Offerta Formativa e Post Laurea - Master del Politecnico di Milano, previo inoltro di apposita richiesta all'ufficio, almeno una settimana prima della data prevista per il ritiro. La copia conforme all'originale del titolo accademico non sarà restituita. Il titolo di studio in originale non ritirato sarà spedito per posta, sotto la responsabilità dello studente.

ART. 6

Titolo e riconoscimenti

CERTIFICAZIONE RILASCIATA

Al termine del corso, al superamento dell'esame finale verrà rilasciato il diploma di Master universitario di I livello "Brand Communication, il Progetto, la Costruzione e la Gestione della Marca".

OBBLIGHI DEGLI ALLIEVI

La frequenza alle attività previste dal Master è obbligatoria per almeno il 75% delle attività del corso. La rinuncia al corso deve essere manifestata in forma scritta. Il periodo di formazione non può essere sospeso per alcun motivo. Non è possibile la contemporanea immatricolazione ad un Master universitario e ad un altro corso di studi attivato da un Ateneo italiano.

MODALITA' DI VERIFICA

Sono previste prove di verifica e un esame finale. L'esame finale consisterà nella presentazione e discussione di un elaborato svolto durante il corso di Master.

ART. 7
Tasse e contributi

Il costo totale del corso è pari a € 11.000,00.

Il costo del corso è suddiviso in:

- Tassa di iscrizione al Politecnico di Milano € 50000 per allievo
- Quota di partecipazione al Master, pari a € 10.500,00 per allievo

La tassa di iscrizione al Politecnico di Milano non sarà restituita in nessun caso

Tassa e quota di iscrizione possono essere versate sul conto corrente numero:

10075X08 - CIN H - ABI 05696 - CAB 01620 - Banca Popolare di Sondrio, Agenzia 21, Via Bonardi, 4 – 20133 Milano – intestato a : Consorzio Polidesign.

IBAN: IT19 H056 9601 6200 0001 0075 X08 - BIC/SWIFT:POS0IT22

Indicando come causale **Master MBC**

ART. 8
Agevolazioni alla frequenza

Sono disponibili 4 agevolazioni alla frequenza a copertura parziale della quota di partecipazione, erogate sotto la responsabilità della Commissione di Master.

PER CHIARIMENTI E INFORMAZIONI RIVOLGERSI A:

Consorzio POLI.Design

Dott.ssa Vincenza Dalino

Via Durando, 38/A

20158 Milano(MI)

Tel: +39/02/2399.7208

Fax: +39/02/2399.7217

E-mail: formazione@polidesign.net

Milano, 26.04.2011

Il Rettore
(prof. Giovanni Azzone)
f.to Giovanni Azzone