

DOSSIER | FORMAZIONE MANAGERIALE

MASTER DI QUALITÀ | I CORSI DI PUBLITALIA E MEDIASET

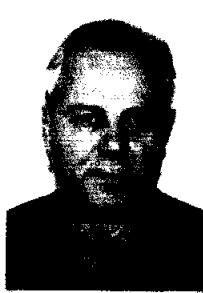
IL BISCIONE SALE IN CATTEDRA

Due grandi imprese del mondo dei media scendono in campo per formare i dirigenti di domani con corsi di comunicazione, marketing e management multimediale. L'obiettivo è uno solo: far conoscere il mondo aziendale prima di entrarci da protagonisti.

Cambia il mercato del lavoro e con esso cambiano i criteri di formazione del personale. È così che due aziende leader nel campo della comunicazione, Publitalia e Mediaset, hanno messo a punto dei percorsi formativi rivolti ai laureati che vogliono provare a cimentarsi in nuovi ruoli professionali all'interno del mondo dei media, del marketing e della comunicazione.

Prima di entrare a pieno titolo nel mondo del lavoro, gli ammessi ai master perfezionano attraverso un percorso formativo le loro conoscenze in comunicazione, marketing e management multimediale: materie di studio che fino a qualche decennio fa erano appannaggio di poche, esclusivissime università straniere. Poi, con l'arrivo della new economy e l'apertura di nuovi mercati e professioni sullo scenario mondiale, anche in Italia la richiesta di personale qualificato e al passo con i tempi è aumentata da parte delle aziende.

Le nuove forme di business aperte dai nuovi media e i pesanti investimenti in innovazione promossi dal mercato televisivo, hanno fatto sì che l'Italia riuscisse a rimettersi in carreggiata rispetto al-



A sinistra, Giorgio Preda, direttore del Master Publitalia. A destra, Mauro Crippa, amministratore delegato del consorzio della formazione Mediaset.

l'estero. Nuove scuole sono nate come diretta emanazione delle aziende, per permettere agli studenti di toccare con mano il mercato e di vivere a tempo pieno il business.

E i risultati si vedono. La maggior parte delle figure vincenti dell'attuale panorama del business dei media si è formata proprio nelle aule delle scuole di Pu-

blitalia e di Mediaset.

La prima organizza dal 1988 un master in comunicazione e marketing orientato al saper fare specialistico, che significa senso di responsabilità, spirito d'iniziativa unito a una capacità di prendere decisioni in situazioni di rischio e di ambiente competitivo. «È un valido ponte tra università e imprese» dice Giorgio Preda, direttore del master «perché abbiamo 70 aziende partner che ci seguono e ci indicano la direzione giusta. All'inizio sembrava che la comunicazione potesse accogliere una forza lavoro enorme. Oggi sappiamo che non è così e quindi diamo più peso al marketing in tutte le sue declinazioni». Il percorso è rivolto soprattutto a chi volesse integrare la sua formazione umanistica con una cultura di stampo manageriale.

I MANAGER DEL FUTURO. Mediaset invece punta da anni al master di management multimediale, rivolto a manager che operano nel settore con la necessità di ampie competenze in strategia, innovazione tecnologica e diritto. Ad organizzare il corso è Campus multimedia in Formazione, il consorzio per la formazione e la ricerca formato dalla Libera Università di lingue e comunicazione Iulm di Milano e dal Gruppo Mediaset.

«Vogliamo che i ragazzi respirino innovazione e internazionalizzazione» dice Mauro Crippa, amministratore delegato del consorzio promotore. «Noi ci mettiamo la nostra storia, il nostro presente, ma soprattutto il nostro futuro. Loro l'entusiasmo di studiare in un'innovativa azienda europea nel settore media». Il master si caratterizza per un approccio multidisciplinare e operativo: si studia strategia, organizzazione, marketing, finanza, amministrazione.

Un ruolo importante lo hanno poi i laboratori di ricerca su tematiche internazionali e testimonianze aziendali, che applicano a problemi concreti le conoscenze apprese. (c.d'a.)