



## Save the date!!!

Roma, Mercoledì 4 dicembre 2013

Auditorium Enel | Viale Regina Margherita 125 | Ore 9.30 - 17.00

### II Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" Dipartimento di Studi di Impresa Governo Filosofia

In collaborazione con



Con il patrocinio di



organizza la

### VIII CONFERENZA SULLA COMUNICAZIONE E SUI MEDIA "BRAND IDENTITY. L'IDENTITÀ FRA IMPRESE, BRAND, PRODOTTI E SERVIZI"

**Presentazione** I tempi di crisi sono i migliori per riflettere sulle proprie realtà con modalità più obiettive e meno autoreferenziali. Su questa linea si può e si deve muovere una più attenta riflessione sulla propria identità intesa come vera sintesi dell'esperienza accumulata e delle risorse, tangibili e intangibili, che si hanno nel proprio "portafoglio".

Un capitale sociale, in particolare umano, che, sempre in tempi di crisi, è il fattore critico per il successo e, quindi, costituisce il vero asset su cui si può costruire, come solide fondamenta, la propria capacità competitiva e, in primo luogo, il "merito di credito" non solo finanziario ma soprattutto di professionalità. Verrebbe da dire che il vero spread non è tanto quello finanziario ma quello competitivo e, quindi, professionale.

Tutto questo porta a sollecitare un momento di managerialità in cui si valuti con attenzione e, quindi, con un vero e proprio audit, "chi siamo e su cosa possiamo fare leva" (i famosi punti di forza), che altro non esprime se non un concetto d'identità nei riguardi dei vari mercati a cui ci si deve rivolgere (mercato dei consumatori, degli investitori, dei lavoratori, dei fornitori) e che spesso viene espresso dalle varie classifiche o ranking oggi tanto di attualità. Non è solo lo spread che ci classifica rispetto al benchmark ma anche i "best place to work" o i "best place to live" o i "best global brands" o "global competitiveness index" e così via.

Capire per migliorare è, naturalmente, il passo successivo e, di certo, più importante perché non si limita a descrivere e interpretare il presente ma si rivolge al futuro e con obiettivi interessanti. In questo marketing e comunicazione si trovano a poter svolgere una funzione importante nel momento in cui sono abituati al concetto di brand, che in sostanza riassume quello che siamo, e, pertanto, lo possono progettare anche verso un futuro migliore grazie anche al loro fondamentale orientamento al mondo esterno e, di conseguenza, al confronto e alla competitività.

**Obiettivo** In questa ottica, la VIII Conferenza sulla Comunicazione e i Media intende dare un contributo di riflessione sulle attuali necessità dell'economia italiana, ma forse meglio europea, e sul potenziale contributo strategico e operativo che Comunicazione e Marketing possono dare.

**Destinatari** della VIII Conferenza sulla Comunicazione e sui Media sono tutte le persone che, a differenti livelli, sono impegnate direttamente o indirettamente nel marketing e nella comunicazione d'impresa e nei media, includendo, quindi, non solo i professionisti del settore ma anche gli operatori e i responsabili delle strategie organizzative.

#### Sono stati invitati:

Insieme agli esperti universitari porteranno le proprie esperienze di eccellenza i top manager delle più grandi aziende e realtà italiane e multinazionali, tra cui: **BARABINO & PARTNERS, BURSON & MARSTELLER, CINECITTÀ STUDIOS, COCA COLA, ENEL, ERICSSON, FEDERAZIONE ITALIANA SCHERMA, FERPI, FOX CHANNELS, G-TECH, HAGAKURE, HILL & KNOWLTON, INAREA, MIND SHARE, NESTLÉ, RAI, SAATCHI&SAATCHI, SCUOLA SUPERIORE DI POLIZIA, SKY TG24, SNAM, TELECOM, WALT DISNEY.**

#### Responsabili Scientifici:

**Simonetta Pattuglia**, Professore Aggregato di Marketing Comunicazione Media, Direttore del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Università di Roma Tor Vergata

**Sergio Cherubini**, Professore Ordinario di Marketing, Consigliere Scientifico del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Università di Roma Tor Vergata

Informazioni e accrediti: [comunicamedia@economia.uniroma2.it](mailto:comunicamedia@economia.uniroma2.it), tel 06-72595522/5510