

IULM, IMPARARE IL FUTURO.



**GUIDA INTRODUTTIVA
AI CORSI DI LAUREA
TRIENNALE E MAGISTRALE**

**ANNO ACCADEMICO
2019 - 2020**



UNIVERSITÀ
IULM

INDICE

| | |
|---|-----------|
| 1. IULM, IMPARARE IL FUTURO. | |
| ✔ Modello di insegnamento - Contemporary Learning | 8 |
| ✔ Percorsi di studio | 10 |
| ✔ Il futuro inizia qui - Offerta formativa | 11 |
| 2. CORSI DI LAUREA TRIENNALE | 12 |
| ✔ Interpretariato e comunicazione | 14 |
| ✔ Comunicazione, media e pubblicità | 16 |
| ✔ Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche | 18 |
| ✔ Arti, spettacolo, eventi culturali | 20 |
| ✔ Turismo, management e territorio | 22 |
| 3. CORSI DI LAUREA MAGISTRALE | 24 |
| ✔ Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza | 26 |
| ✔ Televisione, cinema e new media | 30 |
| ✔ Strategic Communication | 34 |
| ✔ Marketing, consumi e comunicazione | 36 |
| ✔ Arte, valorizzazione e mercato | 40 |
| ✔ Hospitality & Tourism Management | 42 |
| 4. MASTER | 45 |
| ✔ L'offerta formativa | 46 |
| 5. RISORSE E SERVIZI | 49 |
| ✔ Orientamento, tutorato e counseling | 50 |
| ✔ Career service e rapporti con le imprese | 51 |
| ✔ DiversaMENTE. Disabilità e DSA | 52 |
| ✔ Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio | 52 |
| ✔ Opportunità per studenti iscritti | 53 |
| ✔ IULM International | 54 |
| ✔ Vivere alla IULM/Vivere la IULM | 56 |
| 6. ISCRIZIONE AI CORSI | 58 |
| 7. TASSE E CONTRIBUTI PER IMMATRICOLATI A.A. 2019/2020 | 60 |
| 8. ALIULM - ASSOCIAZIONE LAUREATI DELL'UNIVERSITÀ IULM | 62 |





IULM FA DI TE UN FORWARD THINKER OGGI E IN FUTURO

UN INSEGNAMENTO DINAMICO, INSERITO NELLA REALTÀ DEL LAVORO E PROIETTATO NEL DOMANI.

L'obiettivo dell'Università IULM è formare professionisti in grado di affrontare le sfide e cogliere le opportunità che emergono dai mercati e dagli scenari internazionali ma è anche quella di plasmare uomini e donne consapevoli di sé e del proprio valore, dotati di pensiero critico e di visione strategica, educati e addestrati al senso di responsabilità e capaci di intervenire attivamente nella rivoluzione digitale in atto. Ai suoi studenti IULM fornisce un bagaglio culturale completo e una preparazione solida: un approccio integrato di teoria ed esperienze pratiche indispensabile per inserirsi con successo nel mondo del lavoro, oggi e in futuro. I laureati IULM saranno i futuri protagonisti delle nuove industrie creative nell'ambito della cultura, della comunicazione e dell'economia, perfettamente in grado di adattarsi e gestire un mondo in continua e veloce evoluzione.



CONTEMPORARY LEARNING

Un modello di insegnamento completo, contemporaneo, con una visione internazionale, per preparare i professionisti al mondo che cambia.



CONTEMPORARY LEARNING

IL MODELLO DI INSEGNAMENTO CHE TI PREPARA AL FUTURO.



Il futuro si apre a chi impara a gestire il cambiamento, a chi unisce il sapere al saper fare, a chi possiede spirito critico e intelligenza emotiva.

Da 50 anni, forte di una vocazione orientata a integrare preparazione culturale e competenze professionali, l'Università IULM si colloca come punto di incontro tra il mondo accademico e il mercato del lavoro.

Si distingue infatti per un'offerta formativa che alla solida formazione accademica unisce l'esperienza pratica, attraverso incontri, workshop, partnership con aziende e vere e proprie "prove sul campo": occasioni uniche per entrare in contatto con i migliori professionisti del mondo del lavoro e per accrescere competenze, abilità cognitive e capacità interpersonali.

Una formula che ha dato negli anni ottimi risultati visto l'**alto tasso di occupazione post laurea** degli studenti che, secondo il Rapporto Almalaurea nel 2018, si attesta al di sopra della media nazionale (il 56% dei laureati triennali IULM a un anno dalla Laurea è ben inserito nel mondo del lavoro con 6.2 punti percentuali in più rispetto alla media nazionale e l'80,4% dei laureati magistrali è occupato a un anno dalla laurea rispetto al 73% della media nazionale).



Strutture all'avanguardia

Moderno e funzionale, il Campus IULM offre i migliori spazi e servizi necessari per la formazione e per incentivare un'esperienza di apprendimento fondata su paradigmi quali collaborazione, co-creazione e sviluppo dell'intelligenza collettiva.

Offerta formativa in costante evoluzione

Le sfide del futuro chiedono ogni giorno nuove specializzazioni. Solo un insegnamento in costante evoluzione permette di procedere alla velocità del cambiamento.

Mondo del lavoro a Km zero

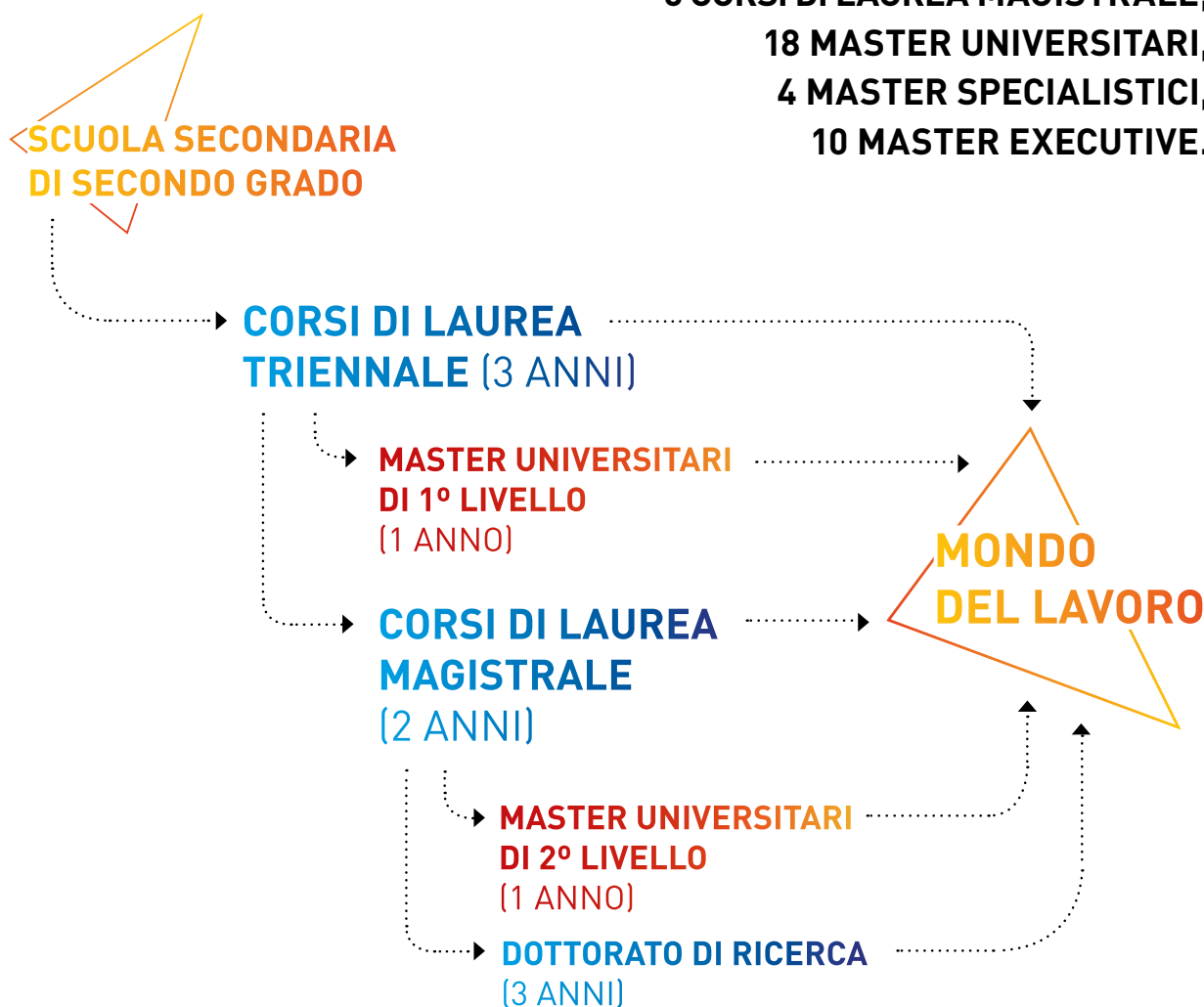
Costanti e consolidate interconnessioni con il mondo del lavoro offrono concrete opportunità di placement.

PERCORSI DI STUDIO

**IMPARARE È UN VIAGGIO,
SCEGLI TU LA DESTINAZIONE.**

Una formazione a 360° per preparare i professionisti di domani. Se vuoi inserirti subito nel mondo del lavoro la Laurea Triennale ti darà tutte le competenze necessarie. Se vuoi approfondire la tua formazione puoi continuare gli studi con un Master di 1° livello, una Laurea Magistrale e un Master di 2° livello.

**3 FACOLTÀ, 5 CORSI DI LAUREA TRIENNALE,
6 CORSI DI LAUREA MAGISTRALE,
18 MASTER UNIVERSITARI,
4 MASTER SPECIALISTICI,
10 MASTER EXECUTIVE.**



IL FUTURO INIZIA QUI

SCOPRI L'OFFERTA FORMATIVA TRIENNALE E MAGISTRALE.

FACOLTÀ DI INTERPRETARIATO, TRADUZIONE E STUDI LINGUISTICI E CULTURALI

Laurea Triennale:

- ✓ Interpretariato e comunicazione

Laurea Magistrale:

- ✓ Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza:
 - ✓ Curriculum: Interpretariato di conferenza
 - ✓ Curriculum: Traduzione specialistica

FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E PUBBLICITÀ

Lauree Triennali:

- ✓ Comunicazione, media e pubblicità
- ✓ Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche*

Laurea Magistrale:

- ✓ Televisione, cinema e new media:
 - ✓ Cinema e nuove tecnologie
 - ✓ Televisione e cross media
 - ✓ New media e arte digitale
- ✓ Strategic Communication (in lingua inglese) - Dual Degree
- ✓ Marketing, consumi e comunicazione:
 - ✓ Retail Management
 - ✓ Brand Management
 - ✓ Digital Marketing Management

FACOLTÀ DI ARTI, TURISMO E MERCATI

Laurea Triennale:

- ✓ Arti, spettacolo, eventi culturali
- ✓ Turismo, management e territorio

Laurea Magistrale:

- ✓ Arte, valorizzazione e mercato
- ✓ Hospitality and Tourism Management (in lingua inglese) - Dual Degree

*Nuova titolazione del Corso di Laurea in via di approvazione ministeriale per l'a.a. 2019/2020.
Dall'a.a. 2019-2020 il corso è offerto anche in lingua inglese.



```
from object mirror_x  
"MIRROR_X":  
use_x = True  
use_y = False  
use_z = False  
"MIRROR_Y":  
use_x = False  
use_y = True  
use_z = False  
"MIRROR"  
use_x = False  
use_y = False  
use_z = True
```

```
on at the end -add back the  
select=1  
select=1  
scene.objects.active = modifier  
" + str(modifier) + mod  
select = 0  
next.selected_objects[0]  
objects[scene.name].select  
Please select exactly two objects
```

```
ATOR CLASSE  
Operator):  
mirror to the selected object"  
mirror_mirror_x"
```



CORSI DI LAUREA TRIENNALE



FACOLTÀ DI INTERPRETARIATO, TRADUZIONE E STUDI LINGUISTICI E CULTURALI

- ✓ Interpretariato e comunicazione

FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E PUBBLICITÀ

- ✓ Comunicazione, media e pubblicità
- ✓ Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche

FACOLTÀ DI ARTI, TURISMO E MERCATI

- ✓ Arti, spettacolo, eventi culturali
- ✓ Turismo, management e territorio

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN INTERPRETARIATO E COMUNICAZIONE

Il Corso di Laurea Triennale in Interpretariato e comunicazione si caratterizza per il percorso formativo offerto, fortemente centrato sull'apprendimento delle lingue straniere in una prospettiva professionalizzante. Obiettivo di fondo del Corso di Laurea è la formazione e l'avviamento dei giovani alla professione del mediatore linguistico e, più in prospettiva, dell'interprete e del traduttore, attraverso l'acquisizione di competenze oggi fondamentali per l'inserimento nel mondo del lavoro in un contesto globalizzato e integrato: una conoscenza solida di due lingue straniere, una forte preparazione nella comunicazione e nella mediazione linguistica oltre a una valida cultura di base e alla possibilità di studiare una terza lingua straniera come materia opzionale. All'inglese obbligatorio per tutti, si affianca la seconda lingua a scelta tra le europee francese, spagnolo, tedesco e russo, e le extraeuropee arabo e cinese. Oltre alla capacità di interpretare e tradurre (in forma scritta e in forma orale nelle due lingue straniere), sviluppata nelle attività di laboratorio linguistico, il corso di studi fornisce una conoscenza della letteratura, della cultura e della storia delle lingue studiate, nonché le basi teoriche, in ambito giuridico, socio-economico e psicologico, necessarie ad operare in contesto internazionale. La forte sinergia in ambito didattico tra docenti madrelingua e professionisti dell'interpretariato, della traduzione e della comunicazione attivi nel mondo delle imprese, unitamente alle infrastrutture offerte da un campus moderno e tecnologico, permette un approccio anche critico alle problematiche della traduzione e dell'interpretariato, affrontate con lo studio di questioni di ambito teorico, metodologico, deontologico e psico-sociale. Gli studenti in Interpretariato e Comunicazione, seconda lingua francese, possono partecipare alla selezione per il progetto di doppio diploma di laurea con l'Université de Savoie di Chambéry.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso di Laurea permette ai laureati di inserirsi in tutti gli ambiti lavorativi nei quali vengono richiesti la conoscenza e l'uso professionale delle lingue straniere in Italia e all'estero, dalle multinazionali al mondo della moda; dal giornalismo all'editoria; dagli enti pubblici agli eventi culturali. Può operare come: addetto alle relazioni esterne di aziende o uffici pubblici, addetto alla comunicazione aziendale per multinazionali o aziende import-export, portavoce e addetto stampa, mediatore in agenzie giornalistiche, in case di moda, etc. Il corso è inoltre propedeutico alla Laurea Magistrale in Interpretariato e Traduzione.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Lingua e letteratura italiana

- ✓ Lingua e cultura italiana (con laboratorio di scrittura)
- ✓ Letteratura italiana contemporanea

Principi di linguistica

Teoria e prassi della traduzione e dell'interpretariato di conferenza

Antropologia culturale

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di lingua inglese I

- ✓ Mediazione linguistica scritta: lingua inglese I
- ✓ Mediazione linguistica orale: lingua inglese I

Laboratorio di seconda lingua straniera I

- ✓ Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera I
- ✓ Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera I

Laboratorio di strumenti informatici per la traduzione e l'interpretariato

CFU

12

6

6

6

6

6

CFU

12

6

6

12

6

6

6

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Cultura, letteratura e storia della lingua inglese

- ✓ Storia della cultura e della lingua inglese
- ✓ Letteratura inglese

Cultura, letteratura e storia della seconda lingua

- ✓ Storia della cultura e della lingua della seconda lingua
- ✓ Letteratura della seconda lingua

Storia contemporanea

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di lingua inglese II

- ✓ Mediazione linguistica scritta: lingua inglese II
- ✓ Mediazione linguistica orale: lingua inglese II

Laboratorio di seconda lingua straniera II

- ✓ Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera II
- ✓ Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera II

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

12

6

6

12

6

6

6

CFU

12

6

6

12

6

6

6

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Letterature comparate

Organizzazione internazionale

Economia delle aziende e dei mercati internazionali

Psicologia della comunicazione

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di lingua inglese III

- ✓ Mediazione linguistica scritta: lingua inglese III
- ✓ Mediazione linguistica orale: lingua inglese III

Laboratorio di seconda lingua straniera III

- ✓ Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera III
- ✓ Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera III

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

PROVA FINALE

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Lingue e culture nordiche I e II

Mediazione linguistica (simultanea). Lingue: inglese, francese, tedesco e spagnolo I e II

Letteratura anglo-irlandese

Filosofia e narrazioni della globalizzazione

CFU

6

6

6

6

CFU

12

6

6

12

6

6

6

6

CFU

6+6

6+6

3

6

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN COMUNICAZIONE, MEDIA E PUBBLICITÀ

La comunicazione è tuttora il primo comparto al mondo per investimenti, profitti e possibilità occupazionali. La rivoluzione digitale e l'affermazione dei nuovi media richiedono sempre più laureati in grado di gestire con solida professionalità i nuovi scenari della comunicazione.

Il Corso di Laurea Triennale in Comunicazione, media e pubblicità si propone di preparare laureati capaci di elaborare progetti di comunicazione creativi e innovativi sia per i media tradizionali (cinema, teatro, televisione, giornalismo) che per i nuovi (internet, web, social network, blog, smartphone, ecc). Anche la pubblicità viene insegnata nell'ottica delle nuove strategie di advertising rese possibili dal digitale.

La didattica comprende lezioni frontali e attività laboratoriali progettate per consentire allo studente di verificare e sperimentare concretamente le nozioni teoriche acquisite. "Sapere" e "saper fare" diventano in questo modo i due poli di un progetto formativo volto a preparare professionisti capaci di spirito critico, apertura mentale e intelligenza creativa: le caratteristiche maggiormente richieste oggi dal mercato delle aziende creative, dello spettacolo e della comunicazione multimediale.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso di Laurea forma professionisti in grado di lavorare in tutti gli apparati dell'industria culturale, sia in ambito creativo che commerciale. Il laureato potrà diventare un professionista nel mondo della comunicazione, dell'editoria, del giornalismo, del cinema, della radio, della televisione, dei nuovi media e della pubblicità.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|-----|
| Sociologia dei media | 6 |
| Lo spettacolo nella società multimediale | 12 |
| ✔ Teatro moderno e contemporaneo | 6 |
| ✔ Comunicazione radiofonica | 6 |
| Mass media, new media e società delle reti | 12 |
| ✔ La comunicazione multimediale | 6 |
| ✔ Laboratorio di scritture multimediali e web design | 6 |
| Sistemi informativi e trend digitali | 6 |
| Linguaggi e strategie della comunicazione pubblicitaria | 6 |
| Linguaggi del cinema e della TV | 6 |
| Semiotica | 6 |
| Professional English I | 6 |

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|----------|
| Storia contemporanea | 6 |
| Teorie e tecniche del linguaggio televisivo | 6 |
| Storia e culture del cinema | 9 |
| ✓ Storia del cinema | 6 |
| Un insegnamento a scelta tra: | |
| ✓ Estetica del cinema | 3 |
| ✓ Marketing del cinema | 3 |
| Psicologia della comunicazione audiovisiva | 6 |
| Metodologia e tecnica della ricerca sociale | 9 |
| ✓ Metodologia e tecnica della ricerca sociale | 6 |
| Un insegnamento a scelta tra: | |
| ✓ Immagini e società | 3 |
| ✓ Mercato e consumi | 3 |
| Professional English II | 6 |
| Lingua e cultura seconda lingua straniera | 6 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|---|-----------|
| Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico | 12 |
| ✓ Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico | 6 |
| Un insegnamento a scelta tra: | |
| ✓ Laboratorio di reportage televisivo | 6 |
| ✓ Laboratorio di storytelling multimediale | 6 |
| Letteratura e altri linguaggi | 12 |
| ✓ Letterature comparate | 9 |
| ✓ Linguaggi musicali | 3 |
| Economia politica e dei media | 9 |
| Comunicazione pubblica e politica | 9 |
| Professional English III | 6 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

PROVA FINALE

6

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

| | |
|---|---|
| Gender Theory (in lingua inglese) | 6 |
| Comunicazione, mass media e crimine | 6 |
| Copywriting e editing | 6 |
| Laboratorio di advertising | 6 |
| Laboratorio di giornalismo | 6 |
| Laboratorio di regia teatrale | 6 |
| Laboratorio di scrittura creativa | 6 |
| Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace | 6 |
| Organizzazione e gestione degli eventi culturali | 6 |
| Design Thinking Innovation (in lingua inglese) | 6 |
| Storia del cinema italiano | 6 |



CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN COMUNICAZIONE D'IMPRESA E RELAZIONI PUBBLICHE *

IN LINGUA ITALIANA E INGLESE

Il Corso di Laurea Triennale in Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche prepara professionisti in grado di gestire i processi di relazione che imprese e organizzazioni pubbliche e private mantengono con i propri interlocutori a supporto delle vendite, per generare e gestire i brand, aumentare la visibilità e rafforzare la reputazione. I nostri laureati sono in grado utilizzare tutti gli strumenti della comunicazione, dalla pubblicità tradizionale, agli eventi, ai social media, necessari a interagire con clienti, partner commerciali e industriali, istituzioni, decisori pubblici, comunità locali, cittadini, giornalisti, media, influencer. Sono inoltre in grado di definire strategie e piani di comunicazione e valutarne i risultati. Il Corso di Laurea fornisce un mix di competenze: di gestione aziendale, marketing, organizzazione e diritto per comprendere il funzionamento delle aziende; di sociologia, psicologia e analisi del consumatore per comprendere le dinamiche sociali e dei mercati; di comunicazione e relazioni pubbliche per dialogare con i media, gli influencer e l'opinione pubblica.

Particolare attenzione viene dedicata allo sviluppo di:

- ✔ Competenze digitali necessarie nell'attuale contesto dei media.
- ✔ Padronanza delle lingue straniere e competenze interculturali per fronteggiare la globalizzazione dei processi di comunicazione.
- ✔ Abilità personali di comunicazione quali la scrittura professionale.

La didattica è basata su una forte integrazione tra lezioni frontali, discussione di casi aziendali, esercitazioni e laboratori. La docenza è svolta da professori universitari e da professionisti che provengono da aziende e da agenzie di comunicazione. Gli studenti iscritti al II anno del Corso avranno l'opportunità di frequentare un anno o un semestre intensivo alla Dublin Business School e ottenere un Honours Bachelor Degree in Marketing.

NEW

Dall'anno accademico 2019-2020 il corso è offerto per la prima volta anche in lingua inglese.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso di Laurea forma studenti in grado di lavorare nelle aree della comunicazione di marketing, corporate, finanziaria e interna in settori diversi come ad esempio quello dei beni di largo consumo, della distribuzione, dei servizi, della moda, della cultura, dello sport, dello spettacolo e del non profit. I laureati potranno ricoprire ruoli quali: product e brand manager, account, social media manager, media planner, event manager, addetto relazioni con i media, crisis manager, specialista di comunicazione interna. I laureati potranno lavorare all'interno di aziende, agenzie pubblicitarie, di relazioni pubbliche, di promozione e organizzazione di eventi, di ricerche di mercato e di organizzazioni pubbliche.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Sociologia dei media
Economia aziendale
Comunicazione d'impresa
Sistemi informativi e trend digitali
Sociologia dei consumi e cultura d'impresa
Linguaggi della pubblicità
Semiotica
Professional English I

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Psicologia dei consumi e neuromarketing
Marketing
Statistica e ricerche di mercato
Sociologia del cambiamento nell'era digitale
Laboratorio di scrittura professionale
Professional English II
Lingua e cultura seconda lingua straniera

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Laboratorio di relazioni pubbliche
Economia politica
Laboratorio di comunicazione pubblica
Organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane
Istituzioni di diritto pubblico e privato
Laboratorio di creatività
Un insegnamento a scelta tra:
✔ Creatività e progettazione
✔ Tecniche di creatività pubblicitaria
Professional English III

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

PROVA FINALE

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Branded Entertainment (in lingua inglese)
Business Strategy (in lingua inglese)
Digital Media for Marketing (in lingua inglese)
Retail Marketing Innovation (in lingua inglese)
Marketing&Sales (in lingua inglese)
Social Media Management for Corporate Communication - Workshop (in lingua inglese)
Comunicazione sociale
Etica ed economia
Organizzazione e gestione degli eventi culturali
Laboratorio di scrittura per i Social Media

YEAR 1

COMPULSORY SUBJECTS

| | CFU |
|--|-----|
| Sociology of Media | 9 |
| Management | 9 |
| Corporate Communication | 9 |
| Information Systems and Digital Trends | 6 |
| Sociology of Consumption and Corporate Culture | 6 |
| Advertising | 6 |
| Semiotics | 6 |
| Professional English III | 6 |

YEAR 2

COMPULSORY SUBJECTS

| | CFU |
|--|-----|
| Consumer Psychology and Neuromarketing | 6 |
| Marketing | 9 |
| Statistics and Market Research | 9 |
| Social Change in the Digital Age | 9 |
| Professional Writing (workshop) | 6 |
| Professional English IV | 6 |
| French/Spanish/German/Russian/Chinese/ Italian language and culture | 6 |

ELECTIVE COURSES

12

YEAR 3

COMPULSORY SUBJECTS

| | CFU |
|---|-----|
| Public Relations (workshop) | 6 |
| Economics | 9 |
| Communication Management in Public Sectors (workshop) | 6 |
| Organizational Theories & HR Management | 6 |

Introduction to Public and Private law 6
Creativity (workshop) 9

A choice between:

- ✔ Creativity and design
- ✔ Creativity and advertising

Professional English: Public Speaking 6

ELECTIVE COURSES

6

FINAL EXAM

6

ELECTIVE COURSES

| | CFU |
|--|-----|
| Branded Entertainment | 6 |
| Business Strategy | 6 |
| Digital Media for Marketing | 6 |
| Retail Marketing Innovation | 6 |
| Marketing&Sales | 6 |
| Social Media Management for Corporate Communication (workshop) | 6 |
| Consumption Innovation & Trends | 6 |

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN ARTI, SPETTACOLO, EVENTI CULTURALI

Il Corso di Laurea Triennale in Arti, spettacolo, eventi culturali fornisce le competenze di base per operare nel panorama delle professioni culturali, nel sistema delle arti e delle produzioni dello spettacolo. Scenari in continua trasformazione che richiedono preparazione culturale e abilità gestionali; skills il cui raggiungimento costituisce l'obiettivo principale del Corso di studio. Un panorama che in Italia ha un grande potenziale e dà luogo a un numero crescente di occupati. Rispondendo a queste esigenze il Corso di Laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali è organizzato intorno a due assi, l'asse storico-critico dei linguaggi dell'arte e dello spettacolo e l'asse operativo-gestionale, ai quali corrispondono rispettivamente l'acquisizione delle conoscenze e delle competenze necessarie a: analizzare, costruire e comunicare prodotti e contenuti specifici per l'arte e per lo spettacolo; organizzare e gestire attività ed eventi culturali. La varietà dei contenuti proposti, tra cui Storia dell'arte medievale, moderna e contemporanea, Culture della moda, Editoria d'arte e di moda, Management e Marketing delle attività culturali e dello spettacolo ed Economia della cultura e dell'arte, spazia dalle arti alle scienze sociali, dai linguaggi ai sistemi digitali specifici per le discipline trattate. Articolato in didattica frontale, tenuta da docenti interni, artisti e professionisti attivi in settori emergenti, workshop ed esperienze "sul campo", il programma è pensato per fornire agli iscritti una preparazione teorica di base e un'attenta verifica pratica delle conoscenze acquisite. Costituiscono un supporto alle lezioni in aula, attività laboratoriali, visite di studio presso musei, fondazioni, cicli di incontri con professionisti e protagonisti del sistema dell'arte, della cultura e dello spettacolo, progetti e collaborazioni con enti esterni, stage e tirocini in Italia e all'estero. Opportunità garantite dalle partnership strette dalla Facoltà, riservate agli studenti del triennio, come quelle con il MIA FAIR e Cittadellarte-Fondazione Pistoletto, e dall'offerta di numerose esperienze professionalizzanti. Tesi a sviluppare ambiti strategici per il mercato del lavoro sono i JobLab: laboratori intensivi, tenuti da professionisti di chiara fama, affiancati da docenti interni, volti alla realizzazione di progetti fortemente innovativi.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso di Laurea forma professionisti nell'ambito della documentazione, della valorizzazione e della divulgazione dei beni artistici attraverso sistemi tradizionali e nuove piattaforme multimediali. E, inoltre, tecnici nell'ambito della progettazione, della produzione, della realizzazione e della promozione di eventi artistici e culturali. In particolare, si segnalano i seguenti profili professionali: Art and Cultural Content Editors; Tecnici nella progettazione, produzione, organizzazione e distribuzione delle mostre d'arte, degli eventi e delle iniziative culturali e dei prodotti dello spettacolo; Mediatori artistici e culturali; Tecnici nella gestione delle attività culturali in istituzioni pubbliche e private.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|-----|
| Storia dell'arte medievale | 6 |
| Arti visive contemporanee | 12 |
| ✓ Storia dell'arte contemporanea | 6 |
| ✓ Arte e media | 6 |
| <i>Produzione e comunicazione dell'arte</i> | |
| Comunicazione digitale per le arti | 6 |
| Storia contemporanea | 6 |
| ✓ Storia contemporanea | |
| ✓ Italia contemporanea | |
| Economia e marketing per gli eventi culturali | 6 |
| Culture della moda | 12 |
| ✓ Moda e arte | 6 |
| ✓ Moda contemporanea | 6 |
| Professional English I | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 6 |

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|-----|
| Il sistema dello spettacolo | 12 |
| ✓ Cinema e arte | 6 |
| ✓ Forme del teatro contemporaneo | 6 |
| ✓ Produzione e organizzazione della musica contemporanea | |
| Storia dell'arte moderna | 6 |
| Economia della cultura e dell'arte | 6 |
| Editoria d'arte e di moda | 12 |
| ✓ Psicologia dei processi cognitivi | 6 |
| ✓ Giornalismo culturale | 6 |
| <i>Editoria per arte e moda</i> | |
| Diritto delle attività culturali | 6 |
| Professional English II | 6 |
| Seconda lingua straniera | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 6 |

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|---|-----|
| Estetica | 6 |
| Storia della critica d'arte | 6 |
| Forme di organizzazione dell'arte | 6 |
| Management e Marketing delle attività culturali e dello spettacolo | 6 |
| Teoria e tecnica della fotografia | 6 |
| Ideazione e creazione degli eventi di moda | 6 |
| Professional English III | 6 |
| Stage di competenze professionali | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 6 |

PROVA FINALE

6

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | CFU |
|-------------------------|-----|
| Musei e Archivi 4.0 | 6 |
| English for the Arts | 6 |
| Storia della musica pop | 6 |
| Arte e televisione | 6 |
| Arte e design | 6 |

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN TURISMO, MANAGEMENT E TERRITORIO

Il Corso di Laurea Triennale in Turismo, management e territorio offre una formazione di eccellenza capace di rispondere alle diversificate prospettive di impiego che caratterizzano il settore turistico, uno dei pochi settori dell'economia in costante crescita in Italia e nel mondo. Il Corso di Laurea dà una solida preparazione di base, per l'acquisizione di competenze tecnico-professionali nei campi della gestione, dell'organizzazione dei servizi turistici, del marketing e della comunicazione digitale, attraverso lo studio delle scienze economiche, sociali e territoriali.

Accanto a questo profilo consolidato, il Corso di Laurea costruisce un percorso formativo innovativo, proiettato sugli scenari aperti della globalizzazione, nei quali il laureato IULM possa cogliere le potenzialità di sviluppo sia delle imprese, sia dei luoghi, in un orizzonte di sostenibilità. Alle conoscenze del management e del territorio, si affiancano numerosi strumenti capaci di rafforzare le risorse e le competenze personali: dalle nuove tecnologie (ICT) alle tecniche di promozione e fruizione dei beni e delle attività culturali, dagli strumenti di big data analysis al diritto. Una valida preparazione nella lingua inglese consentirà di operare in realtà europee e internazionali.

Il laureato IULM potrà avvicinarsi a concrete opportunità lavorative in modo mirato e in ambiti professionali di grande attualità come la sharing economy e le piattaforme di distribuzione online, il management degli eventi e il destination branding grazie anche a una serie di insegnamenti organizzati come laboratori professionalizzanti.

Il percorso, poi, trova anche ampi spazi di personalizzazione da parte dello studente, attraverso la scelta di corsi opzionali, unitamente allo stage e al lavoro finale (tesi).

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il laureato in Turismo, management e territorio acquisisce una sicura formazione tecnica e operativa per le consolidate professioni del turismo quali: funzioni marketing e commerciale nelle aziende e organizzazioni turistiche; gestione alberghiera, di villaggi turistici presso enti e associazioni; promotore di località turistiche presso enti e associazioni, sia nel settore pubblico che nel settore privato; programmatore e gestore di eventi per il turismo di svago e d'affari.

Accanto alle professioni consolidate, il laureato, grazie a una formazione innovativa di vocational training, viene messo in condizione di costruire percorsi di accesso alla professione di manager dello sviluppo sostenibile dei territori così come percorsi di autoimprenditorialità nel settore turistico.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|---|
| Turismo, culture e territori | 6 |
| Management delle aziende turistiche | 6 |
| Il sistema economico del turismo | 6 |
| Comunicazione digitale per il turismo (include: Laboratorio Turismo, culture e comunicazione - 24 ore) | 6 |
| Marketing del turismo | 6 |
| Storia contemporanea ed evoluzione del turismo in Italia e in Europa (include: Laboratorio Musei e interculturalità) | 9 |
| Patrimoni del mondo antico per il turismo | 6 |
| Information and Communication Technology for Tourism | 6 |
| Professional English for Tourism I | 6 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|---|----|
| Diritto del turismo | 6 |
| Turismo e patrimonio artistico | 9 |
| Sviluppo delle destinazioni: politiche e governance | 12 |
| ▼ Politiche del territorio e sviluppo sostenibile | 6 |
| ▼ Sviluppo locale e organismi internazionali | 6 |
| Strategie competitive e performance nei settori del turismo | 6 |
| Sociologia e psicologia del turismo | 6 |
| Destination Management (include: Laboratorio Tourist Experience - 24 ore) | 6 |
| Professional English for Tourism II | 6 |
| Seconda lingua straniera (una a scelta tra: francese, spagnolo o tedesco) | 3 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|---|
| Start-up nel turismo | 6 |
| Gestione delle risorse umane | 6 |
| Comunicazione e organizzazione degli eventi per il turismo | 6 |
| Destination Branding & Tourism Communication | 6 |
| Sharing Economy nel turismo | 6 |
| Big Data e turismo | 6 |
| Professional English for Tourism III | 6 |
| Stage di competenze professionali | 6 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

PROVA FINALE

3

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|--|---|
| Comunicazione per il turismo | 6 |
| Sviluppo locale e beni comuni | 6 |
| Imprenditorialità e comunicazione degli eventi turistici | 6 |
| Culture del turismo | 6 |
| Economia delle industrie culturali e creative | 6 |
| Antropologia dell'immaginario mediorientale | 6 |
| Valorizzazione del patrimonio artistico e archeologico | 6 |



CORSI DI LAUREA MAGISTRALE

FACOLTÀ DI INTERPRETARIATO, TRADUZIONE E STUDI LINGUISTICI E CULTURALI

- ✓ Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza

FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E PUBBLICITÀ

- ✓ Televisione, cinema e new media
- ✓ Strategic Communication
- ✓ Marketing, consumi e comunicazione

FACOLTÀ DI ARTI, TURISMO E MERCATI

- ✓ Arte, valorizzazione e mercato
- ✓ Hospitality and Tourism Management

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN TRADUZIONE SPECIALISTICA E INTERPRETARIATO DI CONFERENZA

Il Corso di Laurea in Traduzione specialistica e Interpretariato di conferenza prepara interpreti esperti e traduttori professionali in ambiti specialistici e/o editoriali. Per soddisfare in maniera ancora più completa ed esaustiva le esigenze degli studenti, IULM ha attivato 2 differenti curricula.

Curriculum: INTERPRETARIATO DI CONFERENZA.

Mira a formare veri esperti nell'ambito dell'interpretariato, in tutti i suoi possibili sbocchi e settori: dalle imprese, alle organizzazioni e istituzioni internazionali, a ogni contesto in cui sia richiesta una mediazione linguistica di alto livello tecnico e culturale.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Grazie a eccellenti competenze nelle tecniche dell'interpretariato, il laureato potrà lavorare in imprese private, istituzioni ed enti pubblici di ambito nazionale o internazionale, quali ONU, UNESCO, FAO e Parlamento Europeo, oppure svolgere l'attività come libero professionista.

Curriculum: TRADUZIONE SPECIALISTICA.

Mira a offrire un adeguato know-how specialistico nel campo della traduzione, integrato con insegnamenti che indirizzeranno la formazione nel campo editoriale, pubblicitario, tecnologico-finanziario, manualistico e multimediale nonché negli ambiti dell'audiovisivo e del web-publishing. IULM e l'Université de Haute-Alsace hanno firmato un accordo, che ha come oggetto l'attivazione di un diploma tra il Master Lea, Specializzazione Traductions Scientifiques et Techniques (TST), e la Laurea Magistrale in Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza curriculum in "Traduzione specialistica".

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il laureato potrà ricoprire posizioni di prestigio sia nell'editoria, sia nell'ambito di istituzioni nazionali e internazionali, nonché all'interno di enti e strutture operanti nei settori della didattica e della ricerca. In alternativa potrà avviare una carriera da libero professionista, lavorando privatamente per più clienti.

Gli studenti in possesso di Laurea Triennale IULM in Interpretariato e comunicazione o di Diploma triennale in Scienze della mediazione linguistica rilasciata dall'Istituto di Alti Studi SSML Carlo Bo, possono essere immatricolati previo svolgimento di un colloquio di verifica della personale preparazione. L'ammissione degli studenti è subordinata all'esito positivo del colloquio.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO PER IL CURRICULUM: INTERPRETARIATO DI CONFERENZA

1° ANNO

| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE | CFU |
|---|------------|
| Linguaggi e forme della produzione letteraria italiana | 6 |
| Linguaggi settoriali e traduzione in lingua inglese | 9 |
| Linguaggi settoriali e traduzione in seconda lingua (a scelta tra: francese, spagnolo, tedesco, arabo, russo) | 9 |
| LABORATORI | CFU |
| Mediazione linguistica: lingua inglese I | 12 |
| ✔ Simultanea | 6 |
| ✔ Consecutiva | 6 |
| Mediazione linguistica: lingua francese I o spagnola I o tedesca I o araba I o russa I | 12 |
| ✔ Simultanea | 6 |
| ✔ Consecutiva | 6 |
| Teoria e prassi dell'interpretariato | 6 |

2° ANNO

| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE | CFU |
|--|------------|
| Laboratorio di informatica applicata all'interpretazione | 6 |
| Storia delle relazioni internazionali | 6 |
| Diritto internazionale | 6 |
| LABORATORI | CFU |
| Mediazione linguistica: lingua inglese II | 12 |
| ✔ Simultanea | 6 |
| ✔ Consecutiva | 6 |
| Mediazione linguistica: lingua francese II o spagnola II o tedesca II o araba II o russa II | 12 |
| ✔ Simultanea | 6 |
| ✔ Consecutiva | 6 |
| Laboratorio di esperienze professionali | 3 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 9 |
| PROVA FINALE | 12 |
| Lingua inglese - Simultanea/Consecutiva | 3 |
| Lingua francese o spagnola o tedesca - Simultanea/Consecutiva | 3 |
| Tesi di Laurea Magistrale | 6 |
| TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | CFU |
| Marketing internazionale | 3 |
| Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza (mutuato da altro curriculum) | 6 |
| Persone e società nell'era digitale | 6 |
| Traduzione audiovisiva (sottotitolaggio e doppiaggio) | 6 |

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO PER IL CURRICOLO: TRADUZIONE SPECIALISTICA

1° ANNO

| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE | CFU |
|---|-----------|
| Traduzione editoriale e specialistica: inglese I | 12 |
| ✓ Traduzione editoriale: narrativa e saggistica | 6 |
| ✓ Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza | 6 |
| Traduzione editoriale e specialistica: francese I o spagnolo I o tedesco I o arabo I o russo I | 12 |
| ✓ Traduzione editoriale: narrativa e saggistica | 6 |
| ✓ Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza | 6 |
| Linguaggi e forme della produzione letteraria italiana (in comune con altro curriculum) | 6 |
| Analisi e ricezione del testo tradotto | 6 |
| Strumenti informatici per la traduzione | 12 |
| ✓ Traduzione assistita e localizzazione | 6 |
| ✓ Traduzione automatica e post-editing | 6 |
| Tecniche di redazione, generi e testualità | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 9 |

2° ANNO

| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE | CFU |
|---|------------|
| Traduzione editoriale: narrativa e saggistica inglese II | 9 |
| Traduzione editoriale: narrativa e saggistica francese II o spagnolo II o tedesco II o arabo II o russo II | 9 |
| Traduzione audiovisiva (sottotitolaggio e doppiaggio) | 6 |
| LABORATORI | CFU |
| Traduzione specialistica: Scienza e tecnologia, Made in Italy - inglese II | 9 |
| Traduzione specialistica: Scienza e tecnologia, Made in Italy - francese II o spagnolo II o tedesco II o arabo II o russo II | 9 |
| Laboratorio di esperienze professionali | 3 |
| PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale | 12 |
| TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | CFU |
| La traduzione letteraria in Europa: storia, lingua e testi | 6 |
| Web Publishing and Website Editing Skills | 3 |
| Linguaggi settoriali e traduzione in lingua inglese o francese o spagnola o tedesca o araba o russa (mutuato da altro curriculum) | 9 |
| Retorica, media e comunicazione | 6 |
| Storia e retorica della narrativa | 6 |



... d'un-
... forme
... Jeter en
... gèle de
... qui LANCE
... la table.
... (Boil.)
... LANCER
... contre
... le cerf.
... pour
... LANCER un
... mer. || Se
... Ils se sont
... dans
... ée,
... pou

LANGUE, n. f. (Langue) Partie charnue et mobile qui est dans la bouche, qui est le siège du goût et de la parole. *Le goût d'un oiseau, d'un poisson est très-sensitif. Un ragoût de langue est très-téteux.* || Fig. et fam. *Tirer la langue, se mettre au besoin.* || Fam. *Avoir la langue qui se tord très-facilement : Voilà un homme qui a la langue pendue.* (Danc.) || Fig. et fam. *Avoir la langue affûtée, parler beaucoup.* || *Avoir une grande veine de langue, parler très-rapidement.* ||
PARLER, v. intr. (Parler, ital.) Proférer, articuler des mots. *Le serpent est la seule créature qui a véritablement la parole.* (Ac.) || *Il veut parler l'écorce à sa langue.* (F.) || Il se dit des oiseaux qui imitent la voix humaine. *Le serin peut parler et siffler.* (Buff.) || De sa langue, causer : *La mère parla bien, la fille parlait mal.* (Lid.) || *On ne parlait chez lui que par doubles sens.* (Laf.) || *On se repent rarement de parler peu, et on se repent de trop parler.* (F.) || Il se dit aussi d'un homme qui parle pour instruire. (Fén.) || *Parler à son sens, parler à son plaisir.* || **PARLER juste** raisonner. || **PARLER à l'aise**, se débarrasser de sa langue. || **PARLER d'occupation**, s'occuper. || **PARLER d'occupation** : Combien de fois avez-vous parlé d'occupation ? || **PARLER de très-beaux vers** : Combien de fois avez-vous parlé de très-beaux vers ?

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN TELEVISIONE, CINEMA E NEW MEDIA

Il piano di studi del Corso di Laurea Magistrale in Televisione, cinema e new media, con una formula unica nel panorama nazionale, coniuga preparazione teorica e pratica lungo tutta la filiera della progettazione e della produzione audiovisiva per i media tradizionali (cinema, televisione) e nuovi (web, videogame, device mobili), stimolando gli studenti a sviluppare le skills creative, tecniche e gestionali necessarie all'inserimento nei mercati internazionali di riferimento.

Il **primo anno comune**: insegna le tecniche di base della regia, della ripresa sonora, del montaggio digitale e della direzione della fotografia; fornisce gli strumenti per una riflessione articolata sulla sfera del visivo, sul rapporto visivo/sonoro e sugli immaginari dell'era digitale.

Il **secondo anno** si divide in **3 indirizzi**.

- ▶ **Cinema e nuove tecnologie:** approfondisce le tecniche della regia cinematografica e la riflessione teorica e critica sul cinema, introduce le tecniche del cinema digitale e dell'animazione, gli elementi strategici dell'economia del cinema, della sua diffusione e conservazione.
- ▶ **Televisione e crossmedia:** approfondisce le tecniche della regia televisiva e la riflessione teorica e critica sulla televisione e sulla crossmedialità, introduce le tecniche dello streaming, gli strumenti per la progettazione e la realizzazione di prodotti seriali, gli elementi strategici del marketing televisivo.
- ▶ **New media e arte digitale:** prepara all'ideazione e allo sviluppo di prodotti interattivi per la rete, per i videogame e per i device mobili, approfondisce la riflessione sugli immaginari social e sui linguaggi dell'arte digitale, analizza gli elementi strategici dell'economia e del diritto dell'E-World.

NEW

A partire dall'a.a. 2019-2020 gli studenti potranno frequentare il secondo anno presso la **New York Film Academy (sede di Los Angeles)**, conseguendo un certificato di Laurea Magistrale valido sia in Italia che negli USA (**dual degree**). Sarà garantito loro uno sconto del 15% sulle tasse d'iscrizione e la possibilità di concorrere a borse di studio locali.

Gli studenti avranno a disposizione un **Laboratorio Multimediale** composto da un Teatro di Posa, una Regia Audio-Video, un'Aula di Montaggio ed attrezzature per la ripresa audiovisiva all'avanguardia grazie ai quali potranno realizzare i loro progetti audiovisivi.

Uno **Stage** permetterà loro di confrontarsi con il mondo del lavoro, usufruendo degli accordi stipulati con imprese come Mediaset, Sky, Vodafone, Magnolia, We Are Social e con Istituzioni come il Teatro alla Scala, la Triennale di Milano, il Noir in Festival ecc.

Tra i **docenti** del corso: Maurizio Nichetti (regista), Elio De Capitani (attore/regista, Teatro Elfo Puccini), Gianni Canova (critico per Sky Cinema, direttore 8 ½), Fabio Vittorini (critico per Il Manifesto e Duels), Giovanni Chiaramonte (fotografo), Minnie Ferrara (produttrice), Michelangelo Frammartino (videoartista, regista), Massimo Schiavon (direttore della fotografia), Diego Cassani (montatore), Leila Fteita (scenografa), Salvatore Vagliasindi (interaction designer), Giuseppe Bianchi (regista e autore televisivo), Silvia Cafagna (Head Social Media Vodafone), Masbedo (videoartisti), Gabriele Cucinella (CEO We Are Social).

SBOCCHI PROFESSIONALI

Regista, montatore digitale, direttore della fotografia, sceneggiatore, produttore per il cinema, per la tv e per il web, ideatore di videogame, esperto di 3D ed effetti digitali, autore di format e serie tv, autore di ipertesti interattivi e narrazioni crossmediali, produttore di contenuti creativi per il web, esperto di social e mobile media, organizzatore di festival e rassegne di cinema, critico cinematografico e televisivo e altri ancora.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO COMUNE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|----------|
| Laboratorio di regia | 9 |
| Laboratorio di montaggio digitale | 12 |
| Laboratorio di illuminotecnica e di ripresa cinetelevisiva | 6 |
| Paesaggi sonori nei media | 12 |
| ✓ Musica e immagine | 6 |
| ✓ Laboratorio di suono in presa diretta | 6 |
| Visual studies | 12 |
| ✓ Teoria, storia e tecnica della fotografia | 6 |
| ✓ Laboratorio di videoarte e installazioni audiovisive | 6 |
| Immaginari dell'era digitale | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA | 6 |

2° ANNO

INDIRIZZO CINEMA E NUOVE TECNOLOGIE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|----------|
| Laboratorio avanzato di regia cinematografica | 6 |
| Cinema digitale | 9 |
| ✓ Effetti visivi e digitali | |
| ✓ Laboratorio d'animazione | |
| Film Studies | 9 |
| ✓ Filmologia | |
| ✓ Laboratorio di scrittura critica per il cinema e lo spettacolo | |
| Cinema espanso ed elementi di business | 12 |
| ✓ Economia del cinema: strategie e strumenti | 6 |
| ✓ Archivi, mostre e musei del cinema | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA | 6 |
| Stage/Workshop professionale | 3 |

PROVA FINALE

12

2° ANNO

INDIRIZZO TELEVISIONE E CROSS MEDIA

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Laboratorio avanzato di regia televisiva 6

Serialità cross-mediale 12

✓ Format e serie TV 6

✓ Laboratorio di progettazione e produzione di web series 6

Web TV 12

✓ TV, social media e web 6

✓ Laboratorio di streaming 6

Business televisivo e cross-mediale 6

ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

6

Stage/Workshop professionale 3

PROVA FINALE

12

2° ANNO

INDIRIZZO NEW MEDIA E ARTE DIGITALE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

New Media and Digital Entertainment 12

✓ Gaming and Video Games 6

✓ Laboratorio di Interaction Design 6

Digital Art 12

✓ Identità, cultura e tecnologia 6

✓ Laboratorio di arte digitale 6

Social and Mobile Media Studies 6

E-World 6

✓ Business, E-Creativity and Digital Copyright

✓ Web Analytics

ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

6

Stage/Workshop professionale 3

PROVA FINALE

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

Laboratorio di sviluppo App 6

Intelligenza artificiale 6

Prodotti TV: analisi e scenari 6

Elementi di musica e discografia 6

Laboratorio di cinema documentario 6

Laboratorio di organizzazione e gestione di festival e rassegne 6

Laboratorio di recitazione e direzione dell'attore 6

Laboratorio di sceneggiatura 6

Laboratorio di scenografia e location management 6

Teorie della creatività 6

Mind, Media and Modern Culture (in lingua inglese) 6

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN **STRATEGIC COMMUNICATION - DUAL DEGREE**

IN LINGUA INGLESE

IN COLLABORAZIONE CON HUDDERSFIELD UNIVERSITY (UK)

E CARDIFF METROPOLITAN UNIVERSITY (UK)

Il Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication, interamente in lingua inglese, propone un percorso formativo in grado di sviluppare le competenze per i più importanti settori specialistici della comunicazione d'impresa, assieme alle competenze aziendalistiche e manageriali proprie della comunicazione strategica. Con l'obiettivo di accentuare la propria vocazione internazionale il Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication offre due opportunità di Dual Degree presso la Huddersfield University (UK) e la Cardiff Metropolitan University (UK). A queste si aggiungono ulteriori opportunità di scambio con Università all'estero. Il Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication si propone quindi di formare laureati in grado di ricoprire ruoli professionali e manageriali di rilievo, sia nelle direzioni comunicazione di imprese e organizzazioni, sia all'interno di agenzie internazionali di RP e comunicazione. La Faculty è composta da docenti specializzati sui principali aspetti della comunicazione strategica - con significative esperienze di insegnamento all'estero - e da professori di rilevanza internazionale provenienti dagli Atenei che nel mondo hanno sviluppato percorsi formativi di eccellenza in questo campo. La Faculty si avvale del supporto di un Advisory Board composto da amministratori delegati, direttori della comunicazione e manager di grandi gruppi multinazionali, aziende, agenzie leader di mercato, che hanno svolto un ruolo centrale nel percorso di progettazione del piano di studi. Le modalità di insegnamento hanno un forte taglio pratico e project-based, basato sulla discussione in aula di letture e casi pratici, su business games e role-plays che consentano agli studenti di capire il reale funzionamento delle dinamiche organizzative e manageriali.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication è finalizzato a formare laureati che, oltre ad avere una solida competenza sulle tecniche specialistiche della comunicazione, abbiano una visione strategica del ruolo che essa può giocare nei diversi contesti organizzativi. Intende quindi formare figure professionali come lo Strategic Communication Manager, responsabile della pianificazione e del coordinamento delle strategie di comunicazione corporate di un'organizzazione; il Global Reputation Manager, responsabile dello sviluppo e del miglioramento costante della reputazione di un brand oppure di un'organizzazione a livello corporate; il Communication Specialist, responsabile della pianificazione e del coordinamento delle attività di comunicazione in un'area specialistica e lo Stakeholder Relationship Manager, responsabile della pianificazione e dell'organizzazione delle attività volte a sviluppare e coltivare le relazioni con categorie di stakeholder rilevanti di un'organizzazione.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|---|-----|
| Strategy and Management | 9 |
| Organizational Behaviour & Neuromanagement | 6 |
| Strategic & Entrepreneurial Communication | 9 |
| Brand, Identity & Reputation | 12 |
| ✓ Consumer Behaviour & Integrated Marketing Communication | 6 |
| ✓ Identity & Reputation Management | 6 |
| Digital Communication Management | 12 |
| ✓ Digital and Crossmedia Strategy | 6 |
| ✓ Social Media Relations Management | 6 |
| Content Management & Corporate Storytelling | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA | 6 |

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|-----|
| Stakeholder Relationship Management | 12 |
| ✓ Issues & Crisis communication | 6 |
| ✓ Public Affairs & Digital Advocay | 6 |
| Communication Measurement & Data Analysis | 6 |
| Corporate Social Responsibility & Communication | 6 |
| Internal Communication and Change Management | 6 |
| Financial Communication and Investor Relations | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA | 6 |
| Field project/stage | 6 |

PROVA FINALE

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | CFU |
|---|-----|
| Mind, media and modern culture | 6 |
| Digital markets | 6 |
| Entrepreneurship and Innovation for Creativity and Start up | 6 |
| Fashion Communication | 6 |
| Management of Design | 6 |
| Retail & Branded Places Design | 6 |
| Creative Leadership | 6 |
| Visual Narrative for Business | 6 |



CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN **MARKETING, CONSUMI E COMUNICAZIONE**

Marketing oggi significa essere presenti nella mente e nella vita del consumatore con la propria marca, offrire esperienze e occasioni di contatto con i propri prodotti nelle reti di vendita fisiche e digitali, generare relazioni e conversazioni in rete con i propri clienti. Il Corso di Laurea Magistrale in Marketing, Consumi e Comunicazione insegna come fare tutto questo in modo moderno, professionale ed efficace. Il Corso permetterà di acquisire le conoscenze e le competenze applicative necessarie per lavorare nell'ambito del marketing e della comunicazione d'impresa. Terminato il percorso formativo, lo studente sarà in grado di utilizzare al meglio e in maniera integrata media "classici" e media digitali. Il Percorso formativo propone una formula unica e innovativa, che si articola in tre differenti indirizzi per consentire un elevato grado di personalizzazione in funzione degli interessi degli studenti e dei bisogni delle aziende: **Brand Management, Retail Management e Digital Marketing.**

L'approccio molto operativo e la continua partecipazione alla didattica di esponenti del mondo delle imprese e della business community aiuteranno gli studenti a sviluppare competenze e sensibilità di problem solving e acquisire le basi concettuali e le competenze operative necessarie a ricoprire ruoli di responsabilità nell'ambito delle aziende di marca, nel mondo del retail e nel nuovo scenario digitale. Dopo un primo anno comune, lo studente potrà scegliere l'indirizzo su cui specializzarsi e potrà personalizzare ulteriormente la propria formazione scegliendo 12 CFU fra una vasta e articolata rosa di insegnamenti opzionali.

Alla fine del secondo anno, oltre allo stage curriculare, è previsto un innovativo Fieldwork attraverso il quale i diversi team di studenti, guidati da docenti e tutor universitari e aziendali, saranno chiamati a sviluppare un progetto reale (di marketing, comunicazione, vendita, ecc.) per importati imprese partner dell'Università. Il Fieldwork, oltre a offrire un'ulteriore opportunità formativa "sul campo", rappresenta anche un'occasione di incontro diretto con il mondo del lavoro e un modo attraverso cui le imprese possono conoscere i talenti da selezionare per i propri organici.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il laureato in Marketing, Consumi e Comunicazione potrà operare nelle aree del marketing e della comunicazione in aziende di marca e della distribuzione commerciale, così come in agenzie di comunicazione e società di consulenza e di ricerche di mercato a livello nazionale e internazionale. I nostri laureati operano in qualità di brand, digital, product e retail manager in molte tra le più importanti aziende del mondo.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO COMUNE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|---|----------|
| Marketing avanzato | 6 |
| Digital marketing e multicanalità | 9 |
| ✓ Marketing digitale | |
| ✓ In-store marketing | |
| Società delle reti e pratiche di consumo | 6 |
| Data Analysis | 9 |
| Strategic Management | 9 |
| Analisi competitiva | 9 |
| Ricerche di mercato e etnografia culturale | 6 |
| Business English (esame al II anno) | |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

2° ANNO

INDIRIZZO BRAND MANAGEMENT

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|----------|
| Identità visiva della marca | 9 |
| Brand & Corporate Communication | 6 |
| Diritto della marca | 6 |
| Business English | 9 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

| | |
|------------------|----------|
| Stage | 6 |
| Fieldwork | 6 |

PROVA FINALE

12



2° ANNO

INDIRIZZO DIGITAL MARKETING MANAGEMENT

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

CFU

Strategie e tecniche di marketing digitale

9

✓ Social Media Strategy

✓ Digital Content Marketing

Communication Strategy e Media Planning

6

Diritto per l'impresa e la comunicazione digitale

6

Business English

9

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

Stage

6

Fieldwork

6

PROVA FINALE

12

2° ANNO

INDIRIZZO RETAIL MANAGEMENT

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

CFU

Retail and Channel Management

9

In-store Communication

6

Tutela del consumatore

6

Business English

9

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

Stage

6

Fieldwork

6

PROVA FINALE

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

Digital markets

6

Entrepreneurship and Innovation for Creativity and Start up

6

Management of Design

6

Retail & Branded Places Design

6

Laboratorio di Trade marketing

6

Laboratorio in tecniche di neuromarketing

6

Search Engine Advertising & Mobile marketing

6





The Economics recovery at a glance

Research has shown that the first rebound effect for energy services is prior to high energy prices when to test price sensitivity. Studies have found that cost price elasticity of gas consumption by households was 20% times greater for households in the highest income decile. Studies have also shown higher rebounds in low-income households than in high-income households. Energy efficiency improvements in homes and businesses across the country have also been used in energy conservation in their respective states. Energy efficiency improvements in homes and businesses have also been used in energy conservation in their respective states. Energy efficiency improvements in homes and businesses across the country have also been used in energy conservation in their respective states. A study was conducted in 2008 to evaluate the impact of energy efficiency improvements in homes and businesses across the country. The study found that energy efficiency improvements in homes and businesses across the country have also been used in energy conservation in their respective states. A study was conducted in 2008 to evaluate the impact of energy efficiency improvements in homes and businesses across the country. The study found that energy efficiency improvements in homes and businesses across the country have also been used in energy conservation in their respective states.

Healthcare Res...

Each will address... Fact has... and the... are... in...

Credit crunch...

The rise of the... in... a... in... a... in...

NEWS NEWS NEWS NEWS

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN **ARTE, VALORIZZAZIONE E MERCATO**

Il Corso di Laurea Magistrale in Arte, valorizzazione e mercato fornisce competenze avanzate di tipo storico-artistico, gestionale, organizzativo ed economico specifiche per il mercato delle professioni culturali e per il sistema delle arti. Si tratta di un percorso specialistico che mira a formare manager, critici, curatori di mostre d'arte, comunicatori culturali, galleristi, direttori di museo e consulenti che sappiano gestire il rapporto tra arte e mercato in tutte le sue fasi. In particolare, comprendere e controllare i processi di produzione culturale, ideare, organizzare e comunicare mostre d'arte, divulgare l'arte anche attraverso i nuovi sistemi digitali.

L'ossatura del Corso è costituita da momenti di didattica frontale seguiti da esperienze one-to-one con professionisti militanti, seminari propedeutici, workshop ed esperienze "sul campo", accanto a una vasta attività laboratoriale. Cicli di lecture con protagonisti del sistema dell'arte, della cultura e dello spettacolo, occasioni di confronto con istituzioni e fondazioni pubbliche e private, progetti e collaborazioni con enti esterni, stage e tirocini in Italia e all'estero, nonché internship presso partner nazionali e internazionali ne perfezionano l'articolazione.

Al primo anno la collaborazione diretta con i professionisti della Fondazione Sandretto Re Rebaudengo garantisce lo svolgimento di attività laboratoriali e didattiche che consentono agli studenti di mettere a fuoco le competenze richieste dal mercato per le diverse figure professionali legate al mondo dell'arte. Rafforza l'assetto pratico del Corso la collaborazione con il FAI che, nell'arco del primo anno, permette agli studenti di lavorare alla realizzazione di un progetto concreto di valorizzazione del patrimonio storico-artistico locale. Grazie a specifiche convenzioni con Università straniere, al secondo anno gli studenti che lo desiderano hanno l'opportunità di arricchire il proprio curriculum con un periodo di studio all'estero.

Al secondo semestre del secondo anno, laboratori di progettazione, produzione e comunicazione artistico-culturale in partnership con importanti enti e istituzioni del panorama italiano consentiranno agli studenti di lavorare presso le loro sedi per la realizzazione, a stretto contatto con professionisti del settore, di specifici progetti culturali. Il corso biennale si conclude con la realizzazione di un project-work che vedrà coinvolti gli studenti del secondo anno, con il supporto dell'Università IULM e dei suoi docenti, nella curatela, organizzazione e comunicazione di una mostra d'arte contemporanea che sarà ospitata presso una prestigiosa sede espositiva milanese.



SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso di Laurea Magistrale forma professionisti in grado di ricoprire ruoli dirigenziali e di responsabilità nell'ambito della critica, della documentazione, della conservazione, della valorizzazione e della divulgazione dei beni artistici. E, inoltre, professionalità nell'ambito della progettazione, produzione, realizzazione, gestione e promozione di eventi artistici e culturali. In particolare, si segnalano i seguenti ambiti professionali: Produzione, organizzazione e distribuzione degli eventi e/o dei prodotti artistici e culturali; Creazione e ideazione di Startup per l'arte; Management e Marketing delle attività culturali nelle istituzioni pubbliche e private; Gestione di attività economiche di fondazioni culturali e artistiche, di gallerie, di case d'aste; Ideazione e curatela di mostre, di eventi, di iniziative culturali; Comunicazione e divulgazione dell'arte attraverso i media tradizionali e multimediali; Mediazione artistica e culturale.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|-----|
| Storia del collezionismo e del mercato antiquario | 6 |
| Culture visuali | 6 |
| Il sistema dei musei | 12 |
| ✔ Cultura e gestione dei musei | 6 |
| ✔ Comunicazione dei musei d'impresa | 6 |
| Elementi di storytelling | 6 |
| Start-up per l'arte | 6 |
| Le professioni dell'arte | 12 |
| ✔ Teorie del mercato d'arte | |
| ✔ Strategie delle fondazioni | |
| ✔ Strategie delle case d'asta | |
| ✔ Strategie delle gallerie | |
| Diritto dei Beni Culturali in Italia e in Europa | 6 |

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|---|-----|
| Teoria e pratiche degli eventi artistici e culturali | 18 |
| ✔ Pratiche curatoriali e media espositivi | 6 |
| ✔ Progettazione e allestimento | 6 |
| ✔ Comunicazione degli eventi artistici | 6 |
| Filosofia dell'arte | 6 |
| Arte e Web | 6 |
| Laboratorio di progettazione, produzione e comunicazione artistica e culturale | 12 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

PROVA FINALE

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

| | |
|---|---|
| Art Direction e Design degli eventi | 6 |
| Gestione delle imprese e delle organizzazioni culturali | 6 |
| Behavioral Economics | 6 |
| Filosofia delle immagini | 6 |
| Philosophy, Arts and Criticism | 6 |

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN HOSPITALITY & TOURISM MANAGEMENT - DUAL DEGREE

IN LINGUA INGLESE E FRANCESE

**IN COLLABORAZIONE CON: UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA (STATI UNITI) E
UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES (FRANCIA)**

Nel Corso di Laurea Magistrale in Hospitality and Tourism Management (HTM) gli studenti acquisiscono metodi di analisi e strumenti avanzati per la gestione delle aziende del turismo in un contesto fortemente internazionale e multiculturale. Il programma, a numero chiuso, è destinato ai migliori laureati, italiani o stranieri, interessati a ricoprire ruoli manageriali e imprenditoriali in aziende dei settori del turismo e dei servizi (aziende del settore hospitality, del settore degli eventi, del travel online e della distribuzione turistica, aziende crocieristiche, compagnie aeree, agenzie di promozione territoriale, società di consulenza specializzate in turismo).

Il corso si caratterizza per una didattica attiva fortemente orientata all'applicazione degli strumenti appresi in aula a specifici problemi e contesti aziendali. Fin dal primo giorno agli studenti è chiesto di mettersi in gioco, in un contesto multiculturale sfidante, per sviluppare le proprie attitudini e acquisire le competenze più ricercate dalle imprese del settore. Il mix didattico è innovativo con 10% di lezioni a distanza, 20% di lezioni tradizionali e 70% di sessioni dedicate a laboratori didattici, simulazioni, progetti sul campo, formazione in azienda, workshop con manager e imprenditori del settore, progetti di stage in Italia e all'estero. La faculty è composta per 1/3 da docenti italiani, 1/3 da docenti delle migliori scuole di turismo a livello internazionale e 1/3 da senior manager di aziende leader del settore.

Il programma è su 2 anni. Il primo, completamente in lingua inglese, si svolge presso l'Università IULM. Il secondo prevede tre indirizzi di specializzazione.

Indirizzo in Innovation, Creativity and Tourism - in lingua inglese:

- ▼ secondo anno a **Milano presso l'Università IULM**. Gli studenti ottengono il titolo di laurea magistrale. Il piano di studi può essere disegnato secondo gli interessi di ogni singolo studente attraverso insegnamenti a scelta, un semestre all'estero presso una delle università partner e uno stage/field project della durata di 6 mesi in Italia o all'estero.

Indirizzo in Hospitality and Tourism Management - in lingua inglese:

- ▼ secondo anno a **Orlando (Stati Uniti), presso il Rosen College of Hospitality Management della University of Central Florida (UCF)**. Gli studenti ottengono una doppia laurea italiana (laurea magistrale) e americana (M.Sc.) e la possibilità di rimanere negli Stati Uniti per una ulteriore esperienza di lavoro di un anno dopo la laurea.

Indirizzo in Innovation et Territoire - in lingua francese:

- ▼ si svolge in Francia presso la **Université Grenoble Alpes**. Gli studenti ottengono una doppia laurea italiana (laurea magistrale) e francese (maîtrise). Il programma è concepito come una piattaforma di open innovation che, attraverso corsi, laboratori, seminari multidisciplinari tenuti da docenti e professionisti internazionali, prepara gli studenti ad assumere ruoli direttivi in agenzie di promozione turistica e istituzioni responsabili di politiche pubbliche territoriali.

Requisiti di ammissione al corso di laurea specifici per i due indirizzi

Per l'indirizzo in Hospitality and Tourism Management (University of Central Florida).

- ▼ Certificato TOEFL con votazione minima di 220 (computer-based) o di 80 (internet-based) ovvero IELTS con un punteggio non inferiore a 6.5.
- ▼ Certificato di GPA non inferiore a 3.00 su 4.00 (indicativamente 27/30 nella scala italiana) nella media degli esami del corso di laurea triennale (bachelor) e media degli esami non inferiore a 26,5/30 nel primo anno in IULM.

Per l'indirizzo in Innovation et Territoire (Université Grenoble Alpes).

- ▼ Certificato di conoscenza della lingua francese di livello B2.
- ▼ Media degli esami del primo anno in IULM non inferiore al livello richiesto dalle condizioni di ammissione alla Université Grenoble Alpes ovvero 12/14 corrispondente a 25/30 nella scala italiana.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso prepara ad assumere ruoli di responsabilità nell'ambito dell'area sales e marketing, risorse umane, revenue management, digital marketing e e-commerce, guest relation di aziende del comparto del turismo e dei servizi (hospitality, travel online, tour operating e distribuzione turistica, Meeting-Incentive-Conference-Exhibition, trasporti, retail di lusso) o nel marketing e la promozione di località turistiche. In particolare il Corso prepara ai seguenti ruoli: Marketing & communication manager; Business development manager; Hotel manager; Revenue manager; CRM manager; Digital marketing in social media; Country manager; International sales manager; E-distribution and e-commerce manager; Responsabile di prodotto di tour operator; PR and corporate communication manager per aziende del turismo; Destination manager; Responsabile marketing e comunicazione di destinazioni turistiche; Event manager; Meeting and congress manager.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO - Università IULM

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|---|------------|
| Managing Hospitality and Guest Services Organizations | 6 |
| Critical Issues in Hospitality and Tourism Human Resources | 6 |
| Accounting and Financial Management | 6 |
| Marketing Strategies in Hospitality and Tourism | 18 |
| ▼ Strategic Marketing in Hospitality and Tourism | 6 |
| ▼ Digital Marketing for Hospitality and Tourism | 6 |
| ▼ Introduction to Data Analysis for Marketing Research | 6 |
| Cultural Heritage, Arts and Tourism | 9 |
| Innovation for Sustainable Tourism Development | 9 |
| Communication Skills: English for Business | 6 |

2° ANNO - Università IULM

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|---|-----------|
| Data Management and Business Analytics for Tourism | 12 |
| ✓ E-tourism Technology, Methods and Big Data | 6 |
| ✓ Advanced Digital Marketing for Tourism | 6 |
| Creativity and Design of Tourism Policies and Services | 12 |
| New Business Development in Tourism | 6 |
| Multicultural Communication | 6 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|---------------------|---|
| Field Project/Stage | 3 |
|---------------------|---|

PROVA FINALE **12**

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA PRESSO IULM

| | |
|--|---|
| Corporate Social Responsibility and Sustainability | 3 |
| Information Design and Data Visualization | 3 |
| Design Thinking for Business | 3 |

2° ANNO - University of Central Florida (UCF)

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|-----------|
| Data Analysis in Hospitality and Tourism Research | 9 |
| Hospitality and Tourism Strategic Issues | 6 |
| Feasibility Studies for the Hospitality/Tourism Enterprises | 12 |
| Communication Skills | 9 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|---------------------|---|
| Field Project/Stage | 3 |
|---------------------|---|

PROVA FINALE **12**

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA PRESSO UCF

| | |
|---|---|
| International Tourism Management | 3 |
| Hospitality Entrepreneurship | 3 |
| The Management of Lodging Operations - Advanced | 3 |
| Vacation Ownership and Resort Sales Management | 3 |
| Event Administration | 3 |

2° ANNO - Université Grenoble Alpes (UGA)

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|---|-----------|
| Introduction à l'innovation économique sociale et territoriale | 9 |
| Innovation, art et créativité territoriale | 6 |
| Innovation, tourisme, nature et loisirs | 12 |
| Communication Skills | 9 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|---------------------|---|
| Field Project/Stage | 3 |
|---------------------|---|

PROVA FINALE **12**

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA PRESSO UGA

| | |
|--|---|
| Innovation et Gouvernance | 3 |
| UE Innovation métropolisation et territoires émergents | 3 |
| Atelier innovation, participation, expérimentations et créativité territoriale | 3 |
| Innovation, communication et design des politiques publiques | 3 |
| Innovation et émergences des territoires numériques et intelligents | 3 |



MASTER

SCUOLA DI COMUNICAZIONE. IL TUO FUTURO VIVE QUI.

IL MODELLO DI INSEGNAMENTO CHE TI PREPARA AL FUTURO.

L'offerta formativa post laurea di Università IULM punta sulla formazione di eccellenza attraverso uno stretto legame con il mondo del lavoro e delle professioni e punta su una faculty d'eccezione e metodologie didattiche innovative per formare studenti e professionisti in grado di poter occupare posizioni di prestigio nelle maggiori organizzazioni internazionali, imprese e accademie in Italia e nel mondo.

www.scuolacomunicazioneiulm.it

L'OFFERTA FORMATIVA

Scuola di Comunicazione, la Business School dell'Università IULM, attraverso **Master Universitari, Master e Corsi Executive**, propone la migliore offerta di Master in management della comunicazione negli ambiti del Food, del Fashion, del Design, del Turismo, delle Relazioni Internazionali e dei New Media e prepara studenti e professionisti a misurarsi con contesti e carriere internazionali offrendo esperienze sul campo, nelle più prestigiose realtà mondiali, attraverso study tour in Europa e negli Stati Uniti e sessioni formative tenute da docenti provenienti da tutto il mondo.

LA FACULTY

Scuola di Comunicazione IULM può vantare una faculty composta, oltre che da personale docente dell'Ateneo, da Visiting Professors provenienti dalle principali Università internazionali e, grazie al costante rapporto con importanti aziende e Istituzioni partner, da professionisti di alto livello i quali, attraverso lezioni, casi studio e progetti specifici, riducono le distanze tra studenti e mondo del lavoro. Il team di ciascun Master è preparato a seguire ogni singolo studente per consentire la miglior profilazione possibile del suo percorso didattico e della sua carriera.

Master Universitari

Rivolti a laureati che, nell'ambito di uno specifico segmento disciplinare connesso ai temi della comunicazione, desiderano approfondirne la conoscenza e acquisirne strumenti operativi di management attraverso una significativa base teorica.

- ✓ Arti del Racconto. Letteratura, cinema, televisione
- ✓ Comunicazione per le Relazioni Internazionali MICRI (italiano e inglese)
- ✓ Editoria e produzione musicale
- ✓ Food & wine Communication (in collaborazione con Gambero Rosso)
- ✓ Food Design and Innovation (in collaborazione con Scuola Politecnica di Design) (in inglese)
- ✓ Game Design (in inglese)
- ✓ Giornalismo (biennale)
- ✓ International Communication MIC (in inglese)
- ✓ Management del Made in Italy. Consumi e comunicazione della moda, del design e del lusso
- ✓ Management delle Risorse Artistiche e Culturali MARAC (Sede di Roma)
- ✓ Management e Comunicazione del Beauty e del Wellness
- ✓ Management e Comunicazione del Made in Italy: promozione enogastronomica e valorizzazione delle eccellenze del territorio (in collaborazione con Gambero Rosso)
- ✓ Management Sanitario per le Funzioni di Coordinamento MASA
- ✓ Marketing e Comunicazione dello Sport
- ✓ Master in Lingue e Culture Orientali MILCO (Sede di Roma)
- ✓ Master.Lab Design Direction: Communication & Management. L'arte come matrice dell'impresa contemporanea
- ✓ Retail Brand & Sales Management
- ✓ International Tourism and Hospitality MITH (in inglese)

Master Specialistici

All'interno di uno specifico settore o area, offrono ai partecipanti la possibilità di approfondire le proprie conoscenze professionali e acquisire strumenti di gestione specializzata per lo sviluppo della propria carriera.

- ✓ Art Market Management
- ✓ Copywriting e comunicazione pubblicitaria (italiano e inglese) (in collaborazione con MIAMI AD SCHOOL)
- ✓ La gestione dell'Azienda Farmacia (in collaborazione con Federfarma Lombardia)
- ✓ MasterBook. Master in specializzazione nei mestieri dell'editoria (in collaborazione con Casa Editrice ExCogita)

Master Executive

Per professionisti con esperienza di gestione che intendono aggiornare le loro competenze in base alle esigenze del mercato e ai cambiamenti in atto nel mondo della comunicazione.

- ✓ Architettura dell'Informazione e User Experience Design
- ✓ Communication & Human Resources
- ✓ Doppiaggio, Adattamento e Traduzione di Opere Cinetelevisive
- ✓ Relazioni Pubbliche d'Impresa MARPI
- ✓ Social Media Marketing & Digital Communication
- ✓ Data Management & Business Analytics (DMBA)
- ✓ Nutrizione e Cucina
- ✓ International Marketing & Sales Communication (in inglese)
- ✓ Persuasion, Decision and Change Management. Behavioral Economics, Behavioral Finance e Neuromarketing
- ✓ Retail Innovation & Omnichannel Management

On Line Courses

- ✓ On Line Master in Museology New Media and Museum Communication

Study Tour

Scuola di Comunicazione offre all'interno dei piani didattici dei Master l'opportunità di specializzarsi entrando in contatto diretto con contesti internazionali attraverso Study Visit in Europa e negli Stati Uniti. Questi programmi consentono di vivere un'esperienza unica all'interno dei luoghi più rappresentativi del settore di riferimento. I programmi, diversi per durata e obiettivi, prevedono sessioni formative specifiche con professionisti che consentono di accelerare la crescita personale e professionale dello studente, applicando sul campo di riferimento gli strumenti teorici appresi durante l'anno. Tra le mete: Alicante, Amsterdam, Atene, Barcellona, Berlino, Città del Messico, Dubai, Dublino, Glasgow, Londra, Los Angeles, Miami, New York, Pirano, Tampere, Varsavia, Siviglia, Dortmund, Tel-Aviv, Washington D.C.



**RISORSE
E SERVIZI**

ORIENTAMENTO TUTORATO E COUNSELING

L'ufficio Orientamento, Tutorato e Counseling offre un accompagnamento alla scelta del percorso universitario più adatto alle inclinazioni dello studente e, una volta immatricolato, un servizio di orientamento in itinere attraverso specifiche attività di tutorato.

Il **Tutorato**, in particolare, propone un supporto individuale per affrontare al meglio e con successo gli studi universitari. Ancora prima dell'inizio delle lezioni - partendo dall'esito del test - fornisce, in collaborazione con le Facoltà, le indicazioni sulle modalità di recupero delle eventuali lacune e sui propri punti di forza e di debolezza, con l'obiettivo di facilitare un approccio personale ed efficace alla vita accademica. Nel primo semestre vengono inoltre proposti alle matricole seminari sul metodo di studio e sulla gestione delle energie e dell'ansia prima degli esami.

Una task force di studenti senior, i **Tutor peer to peer**, è a disposizione per supportare le matricole di tutti i corsi di laurea nel delicato momento di inserimento nella vita universitaria. Il servizio, che si propone come un sistema di ascolto da studente a studente, offre in particolare:

- ✔ Consigli sullo studio da una prospettiva diversa da quella del docente
- ✔ Opportunità strutturate di aggregazione e inserimento nella vita del Campus
- ✔ Suggerimenti per sviluppare abitudini di studio più efficaci
- ✔ Indicazioni per orientarsi tra le diverse proposte che l'Università offre aiutando gli studenti a integrarle in un progetto di apprendimento personale

Tra i servizi disponibili ci sono anche il **counseling psicologico**, offerto dagli psicologi dell'Università IULM, e il **coaching** offerto da professional coach certificati.

Ci si può rivolgere al Servizio di counseling quando è presente una specifica difficoltà personale o ci si trova ad affrontare un momento di crisi. Ruolo del counselor è mettere la persona nelle condizioni di comprendere la situazione in cui si trova e gestire il problema, capitalizzando le proprie risorse interne.

Il coaching è un servizio focalizzato al miglioramento individuale. L'obiettivo è accompagnare lo studente in un cammino di autoconsapevolezza su quelle che sono le proprie capacità, aspirazioni e strumenti disponibili, stimolando in lui riflessioni ed ispirandolo a massimizzare il proprio potenziale personale.

CAREER SERVICE E RAPPORTI CON LE IMPRESE

UN PONTE CON IL MONDO DEL LAVORO.

L'Università IULM è da sempre impegnata a formare giovani professionisti pronti a entrare nel mondo del lavoro.

Il nostro ufficio Career Service e Rapporti con le Imprese offre servizi di orientamento professionale e promuove l'incontro tra i nostri studenti e laureati con le aziende in cerca di talenti. Oltre a mettere a disposizione degli studenti un network di aziende accreditate, propone uno stimolante e accurato percorso di preparazione al passaggio dal mondo universitario a quello dell'impresa attraverso l'attivazione di servizi ad alto valore aggiunto.

- ✔ Stage curriculari ed extracurriculari sia in Italia sia all'estero
- ✔ Career counseling e CV check individuali
- ✔ Incontri di Business Coach con Top Manager
- ✔ Focus group dedicati ai temi del lavoro
- ✔ Incontri di informazione/formazione per imparare le migliori tecniche di selfmarketing online e off line, di simulazione del colloquio, di assessment e infine workshop tematici
- ✔ Job Seminar: incontri in cui le aziende presentano la propria realtà e durante i quali è possibile sostenere dei colloqui per posizioni sia di stage sia di placement in Italia e all'estero
- ✔ Project work con importanti aziende finalizzati all'individuazione dei talenti
- ✔ Visite aziendali e incontri con i Mentor Partner dell'Ateneo
- ✔ Percorsi di internazionalizzazione delle carriere universitarie, al fine di prepararsi con successo per incarichi professionali in contesti strutturati e multinazionali
- ✔ Career Advisory è un servizio per i nostri laureandi e laureati in cui si offre una consulenza per lo sviluppo di carriera e di supporto alla gestione del cambiamento

DiversaMENTE. DISABILITÀ E DSA.

L'università IULM ha tra le sue priorità la volontà di sviluppare politiche di inclusione: si può fare molto per ridurre le difficoltà derivanti dalle disabilità ed è indispensabile cambiare l'atteggiamento, guardando con occhi diversi la diversità. Ecco perché DiversaMENTE, il servizio che si occupa di prestare ascolto alle richieste degli studenti con disabilità e DSA, raccogliere i loro bisogni e sviluppare strategie di supporto all'apprendimento adeguate ai singoli casi.

Offriamo:

- ✔ Colloquio individuale di accoglienza
- ✔ Incontro con la psicologa per individuare strategie operative
- ✔ Attrezzature tecnologiche
- ✔ Biblioteca digitale
- ✔ Mediazione con i docenti
- ✔ Possibilità di aggiornamento diagnostico a condizioni agevolate presso il centro Euresis (per DSA)
- ✔ Supporto allo studio attraverso percorsi individualizzati e corsi collettivi
- ✔ SuperReading, corso di lettura strategica dedicato in particolare agli studenti con DSA

Per informazioni: diversamente@iulm.it - Tel. 02 89 141 2200

UFFICIO TASSE, CONTRIBUTI E DIRITTO ALLO STUDIO

L'Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio assiste gli "studenti capaci, meritevoli e privi di mezzi" a raggiungere i gradi più alti dell'istruzione (Art. 34 della Costituzione italiana). Eroghiamo provvidenze economiche e servizi che favoriscono l'accesso, la frequenza e la regolarità degli studi.

- ✔ Borse di studio
- ✔ Servizi alloggio
- ✔ Servizio ristorazione
- ✔ Integrazioni per la mobilità internazionale
- ✔ Integrazioni per studenti in situazioni di handicap
- ✔ Sovvenzioni straordinarie

Per informazioni: dirittoallostudio@iulm.it - Tel. 02 89 141 2851

Opportunità per studenti iscritti

Borse di studio e altre agevolazioni.

Ogni anno, oltre al rimborso della tassa di iscrizione e dei contributi universitari secondo le modalità fissate dal Consiglio di Amministrazione per gli studenti meritevoli e privi di mezzi, vengono messe a bando e assegnate ulteriori borse, tra le quali contributi di collaborazione ai diversi servizi dell'Università e sussidi economici per favorire la realizzazione di tesi di laurea che prevedano viaggi di ricerca all'estero. L'Università IULM ha inoltre scelto di agevolare le famiglie nel caso di iscrizione contemporanea di un secondo figlio attraverso la riduzione del 30% delle tasse, per ciascuno studente iscritto successivo al primo. Queste attività si affiancano a borse di studio stanziate a studenti in possesso di requisiti di merito e condizioni economiche previste dalle disposizioni regionali e nazionali in materia di interventi per il diritto allo studio universitario.

Ti diamo credito.

Ti interessa rateizzare la tua iscrizione all'Università? L'Università IULM è il primo Ateneo a Milano che ti permette di accedere a un finanziamento per il pagamento delle prime due rate. Non sono previste spese di istruttoria né verranno richieste garanzie finanziarie, ma un semplice incontro conoscitivo con te presso lo sportello interno al Campus della Banca Popolare di Sondrio, partner nell'iniziativa. Al termine del finanziamento potrai sempre richiedere la tua IULM Card per proseguire nel pagamento rateale.

Iscrizione per studenti internazionali

Sei uno studente internazionale e vuoi frequentare un Corso di Laurea Triennale o Magistrale all'Università IULM? Sarà necessaria copia dei titoli di studio acquisiti finora, in modo da poterli valutare. Successivamente, riceverai le indicazioni per completare la procedura di iscrizione step by step.

Per quanto riguarda il processo di ammissione alle Università italiane, considerata la differenza tra caso e caso, e tra cittadini EU e non-EU, contatta la Segreteria Studenti stranieri e invia la copia dei tuoi documenti: **admission@iulm.it - +39 02891412818.**

Riceverai tutto il supporto necessario per intraprendere con anticipo e precisione la tua scelta consapevole.





COSTRUIRSI IL FUTURO NEL MONDO.

L'obiettivo dell'Università IULM è preparare e far crescere professionisti consapevoli, in grado di affrontare le sfide del mondo in rapido cambiamento e cogliere le opportunità che emergono dai mercati e dagli scenari internazionali. Un impegno concreto per affrontare le problematiche contemporanee, per lo sviluppo di futuri cittadini globali.

L'Ateneo promuove e gestisce i progetti legati all'internazionalizzazione, organizza sessioni informative, incontri e programmi intensivi e prende parte a iniziative che favoriscano lo scambio interculturale e lo sviluppo di professionisti per il mercato mondiale.

In questo senso, attraverso i programmi di mobilità, Erasmus, Study Abroad, Summer Schools, la partecipazione ai principali progetti europei e la creazione di programmi profilati, IULM incoraggia i suoi studenti ad arricchire il proprio percorso formativo in contesti internazionali con opportunità di periodi di studio e di lavoro all'estero.

Questo grazie alla propria rete di contatti in continua espansione, che si consolida in accordi di scambio, doppi diplomi, collaborazioni e partnership con più di 300 tra Università, Istituzioni, Aziende e Organismi Internazionali. L'Università IULM fornisce agli studenti esperienze di alto profilo in tutto il mondo e organizza ogni anno study tour e stage curriculari in grado di coprire tutti e cinque i continenti.





VIVERE ALLA IULM VIVERE LA IULM

L'Università non è solo stare in aula. È anche un luogo dove trascorrere parte della tua vita in modo piacevole e progettuale. Dove conoscere, entrare in contatto, comunicare. Non solo un Ateneo, ma un mondo di opportunità e risorse pensate apposta per te.

IULM Alloggi

All'interno del Campus universitario l'Università IULM offre ai suoi studenti la possibilità di alloggiare nel confortevole Residence o nel nuovo studentato di Cascina Moncucco.

Il **Residence IULM** offre 70 camere doppie e 4 singole per portatori di handicap dotate di TV satellitare e collegamento a Internet. Una zona giorno con due ampie sale studio, una sala computer, una sala proiezioni, "Coffee corner" con distributori automatici di snack e bevande e arredi necessari alla conversazione e alla consumazione di alimenti. La residenza IULM garantisce a ogni studente un contesto ideale per favorire lo studio e godere al meglio del tempo libero. L'accesso al Residence IULM è regolamentato da un bando gestito dall'Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio. **Cascina Moncucco**, recentemente ristrutturata da IULM grazie al contributo del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, della Regione Lombardia e alla concessione in comodato rinnovabile dell'immobile da parte del Comune di Milano, è destinata alla residenzialità degli studenti dell'Ateneo (38 camere doppie di cui 5 destinate a ragazzi portatori di handicap) e ad attività culturali e formative aperte al territorio. Da una parte, infatti, accoglie uno studentato per circa 100 studenti, dall'altra, in alcuni spazi interni ed esterni, potranno essere proposte attività culturali per la cittadinanza organizzate da IULM. Si tratta di un progetto dalla forte valenza sociale che potrebbe divenire un modello virtuoso per realtà analoghe. L'accesso alla cascina è regolamentato da un bando gestito dall'Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio.

IULM Open Space

IULM Open Space, il più recente degli edifici del Campus IULM, è uno spazio disegnato per favorire lo scambio e la contaminazione di culture e saperi con la città.

Armonia e colore, linee e luci, spazi e vetrate, semplicità ed eleganza, sono le cifre di questo monumentale complesso che si apre anche alla città, come luogo e momento di aggregazione per il territorio e per i suoi abitanti. Con l'Auditorium, la Sala dei 146 e un ampio spazio espositivo - luoghi di grande prestigio per concerti, congressi, eventi culturali e artistici - l'Ateneo rafforza infatti la sua vocazione di centro culturale polivalente per la città di Milano.

Spazi, Servizi, Iniziative

▼ **Biblioteca e videoteca**

Oltre 150.000 volumi, più di 1.050 periodici e 13.000 audiovisivi.
Un ampio spazio per lo studio a disposizione di tutti gli studenti IULM.

▼ **Laboratori didattici e di ricerca**

Laboratorio multimediale, Centro di Ricerca "Behavior and Brain Lab", Laboratorio di Giornalismo, Archeoframe - Laboratorio di Valorizzazione e Comunicazione dei Beni Archeologici, Studio cinetelevisivo e Teatro di posa.

▼ **Agorà**

Aula Magna e Auditorium per convegni, presentazioni ed eventi culturali.

▼ **Tutorato**

Tutorato didattico e peer to peer, Counseling psicologico e supporto alle persone con disabilità.

▼ **Master X**

Il periodico a cura degli studenti del Master in Giornalismo IULM.

▼ **Infopoint**

Un servizio attivo dalle 9.00 alle 17.00 per dare una risposta a tutte le tue domande.
Numero verde 800 363 363 - infopoint@iulm.it

▼ **Attività culturali**

Collaborare con una web radio, una web-tv, partecipare a un gruppo di scrittura creativa o al laboratorio di teatro: questo e altro ti aspetta all'Università IULM.

▼ **Bookshop**

Libri di testo, ma non solo: un punto di riferimento per restare in contatto con il mondo della cultura.

▼ **Restaurant & Cafè**

Ristorante, bar, caffè letterario, per una pausa tra una lezione e l'altra.

▼ **Wireless IULM**

Internet senza fili per navigare quando vuoi.

▼ **IULM Store**

Abbigliamento, accessori, oggetti per il tempo libero e per l'ufficio griffati IULM.

▼ **IULM Print**

Il centro stampa dell'Università.

▼ **Radio IULM**

La webradio dell'Ateneo.

ISCRIZIONE AI CORSI

L'Università IULM ha a cuore darti il miglior insegnamento possibile.

Per questo tutti i suoi corsi sono a numero programmato: in questo modo, le lezioni sono sempre fruibili al meglio e i Docenti hanno più tempo da dedicare a ogni singolo Studente.

I posti previsti per l'anno accademico 2019/2020 sono i seguenti:

Iscrizione ai Corsi di Laurea Triennale

| | |
|---|-----------|
| ✔ Interpretariato e comunicazione | 250 posti |
| ✔ Comunicazione, media e pubblicità | 530 posti |
| ✔ Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche | 600 posti |
| ✔ Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche (erogato in lingua inglese) | 140 posti |
| ✔ Turismo, management e territorio | 240 posti |
| ✔ Arti, spettacolo, eventi culturali | 250 posti |

Dall'a.a. 2019/20 per l'ammissione ai Corsi di Laurea è previsto un test di ammissione. Il test è aperto ai candidati in possesso di un diploma di Scuola secondaria superiore e agli studenti frequentanti il quarto e quinto anno di Scuola secondaria superiore, ad eccezione dei test per il Corso di Laurea in Interpretariato e comunicazione, riservato ai soli candidati in possesso di un diploma di Scuola secondaria superiore e agli studenti frequentanti il quinto anno di Scuola secondaria superiore.

Per i Corsi di Laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali, Turismo, management e territorio e Interpretariato e comunicazione, il test non sarà selettivo, ma finalizzato unicamente alla verifica delle competenze personali. Solo in caso di esaurimento dei posti disponibili sarà definita una graduatoria sulla base dell'esito del test.

Per i Corsi di Laurea in Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche e Comunicazione, media e pubblicità, il test è selettivo e prevede l'accesso tramite una graduatoria definita sulla base del merito scolastico, dell'esito del test e del livello di conoscenza della lingua inglese.

Per il Corso di Laurea in Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche (erogato in lingua inglese) il test è selettivo e prevede l'accesso tramite una graduatoria definita sulla base del merito scolastico e dell'esito del test. Per accedere al test è richiesto un livello di conoscenza della lingua inglese pari al B2 (secondo lo standard del Common European Framework).

La domanda di iscrizione al test viene presentata tramite i [Servizi online](#) e comporta il versamento di una tassa pari a 120 Euro.

Consultare il Portale alla sezione **Iscrizioni** per tutte le informazioni.

Iscrizione ai Corsi di Laurea Magistrale

| | |
|--|------------------|
| ✔ Laurea Magistrale in Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza | 100 posti |
| ✔ Laurea Magistrale Televisione, cinema e new media | 100 posti |
| ✔ Laurea Magistrale in Marketing, consumi e comunicazione | 180 posti |
| ✔ Laurea Magistrale in Strategic Communication | 100 posti |
| ✔ Laurea Magistrale in Arte, valorizzazione e mercato | 100 posti |
| ✔ Laurea Magistrale in Hospitality and Tourism Management | 100 posti |

Possono richiedere l'ammissione ai Corsi di Laurea Magistrale:

- ✔ gli studenti in possesso del Diploma di Laurea;
- ✔ gli studenti iscritti a un corso di laurea triennale che prevedono di laurearsi entro e non oltre il 31 dicembre 2019 (in una sessione dell'a.a. 2018/2019).

Per presentare la domanda di ammissione, dovrai compilare l'apposito modulo disponibile sul sito dell'Università ed effettuare un versamento di € 120, detraibile dalla tassa d'iscrizione in caso di conferma dell'immatricolazione. Se deciderai di non confermare l'immatricolazione, non ti sarà dovuto nessun rimborso. Puoi richiedere l'ammissione a più di un Corso di Laurea Magistrale. Ricorda che le domande di ammissione sono accettate dal 27 novembre 2018.

L'accesso ai Corsi di Laurea Magistrale avviene, una volta accertato il possesso dei requisiti curriculari, attraverso la verifica della preparazione dello studente.

Le prove di ammissione si svolgeranno in più sessioni dal mese di febbraio 2019 fino ad esaurimento dei posti disponibili.

Per ciascun Corso di Laurea Magistrale sono indicati i requisiti di ammissione, le modalità di svolgimento e le date in cui si svolgeranno le prove. Per conoscerli visita, sul sito www.iulm.it, la sezione "Regolamenti di ammissione" all'interno dell'area dedicata ad ogni corso.



TASSE E CONTRIBUTI PER IMMATRICOLATI A.A. 2019/2020

Per l'a.a. 2019/2020 l'Università IULM ha scelto di assegnare la fascia di contribuzione universitaria, applicata al nucleo familiare, sulla base dell'indicatore ISEE Universitario. Il regolamento per l'assegnazione della fascia contributiva per l'anno accademico 2019/2020 è disponibile sul sito di Ateneo www.iulm.it. Il pagamento delle tasse è ripartito in tre rate: la prima versata all'atto dell'immatricolazione, la seconda entro il 13 dicembre 2019 e la terza entro il 31 marzo 2020.

Per l'iscrizione a tutte le università, inoltre, gli studenti sono tenuti al pagamento della tassa regionale per il diritto allo studio universitario, pari attualmente a € 140 (che si sommano a € 16 di imposta di bollo). L'importo, le condizioni di esonero e le modalità di rimborso saranno definite dalla Regione Lombardia.

Per gli studenti lavoratori

La conciliazione del percorso di studio con l'attività lavorativa è un'azione che in IULM viene valorizzata favorendo il *lifelong learning*, e dunque la partecipazione anche dei lavoratori-studenti. È possibile infatti l'**iscrizione part-time**, ovvero un patto formativo che prevede di dimezzare i CFU attesi in un anno e di conseguenza di raddoppiare gli anni di iscrizione in corso (abbattendo proporzionalmente la retta). L'iscrizione part-time fa riferimento a un apposito regolamento disponibile sul sito di Ateneo.



LAUREE TRIENNALI

| | I Fascia fino a 13.000 | II Fascia 13.001 / 23.000 | III Fascia 23.001 / 33.000 | IV Fascia 33.001 / 43.000 | V Fascia più di 43.000 |
|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| I rata - all'atto dell'iscrizione | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2019 | 1.400,00 | 2.200,00 | 3.000,00 | 3.800,00 | 4.600,00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2020 | 500,00 | 925,00 | 1.350,00 | 1.775,00 | 2.200,00 |
| Tot. complessivo | 3.500,00 | 4.725,00 | 5.950,00 | 7.175,00 | 8.400,00 |

LAUREE MAGISTRALI

| | I Fascia fino a 13.000 | II Fascia 13.001 / 23.000 | III Fascia 23.001 / 33.000 | IV Fascia 33.001 / 43.000 | V Fascia più di 43.000 |
|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| I rata - all'atto dell'iscrizione | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2019 | 1.700,00 | 2.600,00 | 3.500,00 | 4.400,00 | 5.300,00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2020 | 700,00 | 1.150,00 | 1.600,00 | 2.050,00 | 2.500,00 |
| Tot. complessivo | 4.400,00 | 5.750,00 | 7.100,00 | 8.450,00 | 9.800,00 |

ALIULM: JOIN THE NETWORK

UN LAUREATO IULM LO È PER SEMPRE.

PER QUESTO C'È ALIULM, L'ASSOCIAZIONE DEI LAUREATI DELL'UNIVERSITÀ IULM: UN NETWORK CON CUI RIMANERE IN CONTATTO ANCHE DOPO LA LAUREA.

ALIULM è l'Associazione Laureati dell'Università IULM.

Un'istituzione fortemente voluta dall'Ateneo, e che gode di autonomia e indipendenza nel promuovere le relazioni con le istituzioni e l'impresa con l'obiettivo di valorizzare i laureati IULM, l'Università e i suoi satelliti.

L'associazione favorisce l'incontro e lo scambio di esperienze tra i laureati IULM e i protagonisti del mondo del lavoro.

Un importante asset di crescita e carriera dei neo-laureati.

**I laureati IULM, al cuore
della comunicazione dal 1968.**



ALIULM

associazione laureati

Università IULM

via Carlo Bo 1 - Milano

MM2 Romolo



facebook.com/iulm.orienta
facebook.com/iulm.universita

INFOPOINT

Un servizio attivo dalle 9.00 alle 17.00
per dare una risposta a tutte le tue domande.

Numero verde: 800 363 363

infopoint@iulm.it

www.iulm.it