

# IULM, IMPARARE IL FUTURO.



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

**ANNO ACCADEMICO  
2020 - 2021**





UNIVERSITÀ  
**IULM**



# INDICE

<b>1. IULM, IMPARARE IL FUTURO.</b>	
✔ Modello di insegnamento - Contemporary Learning	8
✔ Percorsi di studio	10
✔ Il futuro inizia qui - Offerta formativa	11
<b>2. CORSI DI LAUREA TRIENNALE</b>	<b>12</b>
✔ Interpretariato e comunicazione	14
✔ Comunicazione, media e pubblicità	16
✔ Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche	18
✔ Arti, spettacolo, eventi culturali	20
✔ Moda e industrie creative	22
✔ Turismo, management e cultura	26
<b>3. CORSI DI LAUREA MAGISTRALE</b>	<b>28</b>
✔ Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza	30
✔ Televisione, cinema e new media	34
✔ Strategic Communication	36
✔ Marketing, consumi e comunicazione	40
✔ Arte, valorizzazione e mercato	44
✔ Hospitality & Tourism Management	46
<b>4. MASTER</b>	<b>49</b>
✔ L'offerta formativa	50
<b>5. RISORSE E SERVIZI</b>	<b>53</b>
✔ Orientamento, tutorato e counseling	54
✔ Career service e rapporti con le imprese	55
✔ DiversaMENTE. Disabilità e DSA	56
✔ Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio	56
✔ Opportunità per studenti iscritti	53
✔ IULM International	58
✔ Vivere alla IULM/Vivere la IULM	60
<b>6. ISCRIZIONE AI CORSI</b>	<b>62</b>
<b>7. TASSE E CONTRIBUTI PER IMMATRICOLATI A.A. 2020/2021</b>	<b>64</b>
<b>8. ALIULM - ASSOCIAZIONE LAUREATI DELL'UNIVERSITÀ IULM</b>	<b>66</b>





# 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 2019, si attesta al di sopra della media nazionale (il 50% dei laureati triennali IULM a un anno dalla Laurea è ben inserito nel mondo del lavoro con 9.4 punti percentuali in più rispetto alla media nazionale e il 79,7% dei laureati magistrali è occupato a un anno dalla laurea rispetto al 73,1% 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**

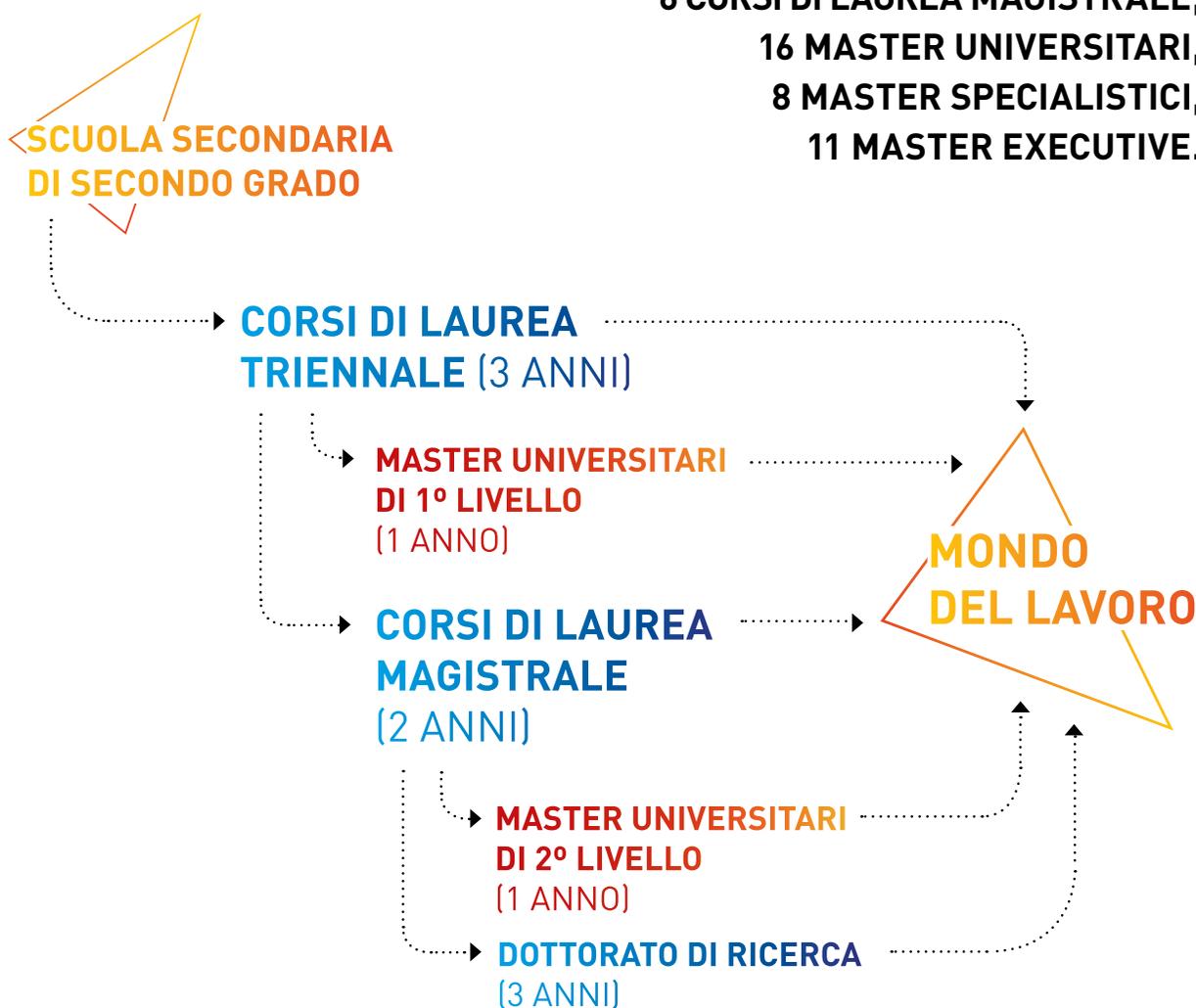
Costanti e consolidate interconnessioni con il mondo del lavoro offrono concrete opportunità di placement.

# 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, 6 CORSI DI LAUREA TRIENNALE,  
6 CORSI DI LAUREA MAGISTRALE,  
16 MASTER UNIVERSITARI,  
8 MASTER SPECIALISTICI,  
11 MASTER EXECUTIVE.**



# IL FUTURO INIZIA QUI

## SCOPRI L'OFFERTA FORMATIVA TRIENNALE E MAGISTRALE.

### FACOLTÀ DI INTERPRETARIATO E TRADUZIONE

#### **Laurea Triennale:**

- ✓ Interpretariato e comunicazione

#### **Laurea Magistrale:**

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

### FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE

#### **Laurea Triennale:**

- ✓ 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, musica e racconti digitali
- ✓ Strategic Communication (in lingua inglese) - Dual Degree
- ✓ Marketing, consumi e comunicazione:
  - ✓ Retail Management
  - ✓ Brand Management
  - ✓ Digital Marketing Management

### FACOLTÀ DI ARTI E TURISMO

#### **Laurea Triennale:**

- ✓ Arti, spettacolo, eventi culturali
- ✓ Moda e industrie creative\*\*
- ✓ Turismo, management e cultura

#### **Laurea Magistrale:**

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

\*in lingua italiana e inglese

\*\*Nuovo Corso di Laurea in via di approvazione ministeriale per l'a.a. 2020/21



```
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):  
rror to the selected object"  
or_mirror_x"
```



# CORSI DI LAUREA TRIENNALE



## **FACOLTÀ DI INTERPRETARIATO E TRADUZIONE**

- ✓ Interpretariato e comunicazione

## **FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE**

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

## **FACOLTÀ DI ARTI E TURISMO**

- ✓ Arti, spettacolo, eventi culturali
- ✓ Moda e industrie creative
- ✓ Turismo, management e cultura

# **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** **CFU 12**

✓ Lingua e cultura italiana (con laboratorio di scrittura) 6

✓ Letteratura italiana contemporanea 6

**Linguistica generale** **6**

**Teoria e prassi della traduzione e dell'interpretariato di conferenza** **6**

**Antropologia culturale** **6**

### LABORATORI VINCOLATI

**Laboratorio di lingua inglese I** **CFU 12**

✓ Mediazione linguistica scritta: lingua inglese I 6

✓ Mediazione linguistica orale: lingua inglese I 6

**Laboratorio di seconda lingua straniera I** **12**

✓ Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera I 6

✓ Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera I 6

**Laboratorio di strumenti informatici per la traduzione e l'interpretariato** **6**

## 2° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

**Cultura, letteratura e storia della lingua inglese** **CFU 12**

✓ Storia della cultura e della lingua inglese 6

✓ Letteratura inglese 6

**Cultura, letteratura e storia della seconda lingua** **12**

✓ Storia della cultura e della lingua della seconda lingua 6

✓ Letteratura della seconda lingua 6

**Storia contemporanea** **6**

### LABORATORI VINCOLATI

**Laboratorio di lingua inglese II** **CFU 12**

✓ Mediazione linguistica scritta: lingua inglese II 6

✓ Mediazione linguistica orale: lingua inglese II 6

**Laboratorio di seconda lingua straniera II** **12**

✓ Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera II 6

✓ Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera II 6

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

**6**

## 3° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

**Letterature comparate** **CFU 6**

**Organizzazione internazionale** **6**

**Economia delle aziende e dei mercati internazionali** **6**

**Psicologia della comunicazione** **6**

### LABORATORI VINCOLATI

**Laboratorio di lingua inglese III** **CFU 12**

✓ Mediazione linguistica scritta: lingua inglese III 6

✓ Mediazione linguistica orale: lingua inglese III 6

**Laboratorio di seconda lingua straniera III** **12**

✓ Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera III 6

✓ Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera III 6

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

**6**

## PROVA FINALE

**6**

### TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Lingue e culture nordiche I e II **CFU 6+6**

Mediazione linguistica (simultanea). Lingue: inglese, francese, tedesco e spagnolo I e II **6+6**

Letteratura anglo-irlandese **3**

Filosofia e narrazioni della globalizzazione **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, stampa) che per i nuovi (web, social media, 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
<b>Sociologia dei media</b>	6
<b>Linguaggi del web</b>	12
✔ Comunicazione digitale	6
✔ Laboratorio di web design	6
<b>Linguaggi del corpo e della voce</b>	12
✔ Teatro moderno e contemporaneo	6
✔ Comunicazione radiofonica	6
<b>Sistemi informativi e trend digitali</b>	6
<b>Linguaggi della pubblicità</b>	6
<b>Linguaggi del cinema</b>	6
<b>Analisi dei testi mediali</b>	6
<b>Professional English I</b>	6

## 2° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

<b>Storia contemporanea</b>	<b>6</b>
<b>Storia e culture del cinema</b>	<b>9</b>
✓ Storia del cinema	6
Un insegnamento a scelta tra:	
✓ Estetica del cinema	3
✓ Marketing del cinema	3
<b>Linguaggi della TV</b>	<b>9</b>
✓ Storia e modelli della TV	6
Un insegnamento a scelta tra:	
✓ Laboratorio I: programmi televisivi	3
✓ Laboratorio II: pubblici e ascolti televisivi	3
<b>Comunicazione pubblica e politica</b>	<b>6</b>
<b>Psicologia della comunicazione audiovisiva</b>	<b>6</b>
<b>Professional English II</b>	<b>6</b>
<b>Lingua e cultura seconda lingua straniera</b>	<b>6</b>

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

**12**

## 3° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

<b>Linguaggi del giornalismo</b>	<b>9</b>
✓ Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico	6
Un insegnamento a scelta tra:	
✓ Laboratorio I: reportage televisivo	3
✓ Laboratorio II: raccontare la cronaca nel web	3
<b>Letteratura e media</b>	<b>9</b>
✓ Narrazioni dell'era digitale	6
Un insegnamento a scelta tra:	
✓ Laboratorio I: le pratiche dell'adattamento	3
✓ Laboratorio II: gli immaginari dell'intermedialità	3
Un insegnamento a scelta tra:	
<b>Laboratorio di musica per i media</b>	<b>6</b>
<b>Laboratorio di creatività pubblicitaria</b>	<b>6</b>
<b>Economia politica e dei media</b>	<b>9</b>
<b>Metodologia e tecnica della ricerca sociale</b>	<b>9</b>
✓ Metodologia e tecnica della ricerca sociale	6
Un insegnamento a scelta tra:	
✓ Immagini e società	3
✓ Mercato e consumi	3
<b>Professional English III</b>	<b>6</b>

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

**6**

## PROVA FINALE

**6**

### TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Gender Theory (in lingua inglese)	6
Comunicazione, mass media e crimine	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	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.

Il corso prevede anche un curriculum interamente svolto in lingua inglese: Corporate Communication and Public Relations.

## SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso di Laurea forma studenti in grado di lavorare nelle aree della comunicazione di marketing e corporate 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:
✔ <b>Creatività e progettazione</b>
✔ <b>Tecniche di creatività pubblicitaria</b>
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)
Comunicazione sociale
Etica ed economia
Organizzazione e gestione degli eventi
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:

✔ <b>Creativity and design</b>	
✔ <b>Creativity and advertising</b>	
Professional English: Public Speaking	6

### ELECTIVE COURSES

6

## GRADUATION PROJECT

6

### ELECTIVE COURSES

	CFU
Branded Entertainment	6
Business Strategy	6
Digital Media for Marketing	6
Retail Marketing Innovation	6
Marketing&Sales	6
Consumption Innovation & Trends	6
	6
	6
	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, Laboratorio di comunicazione digitale per le arti, Arte e moda, Economia della cultura e dell'arte, Project management degli eventi e dello spettacolo, 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

<b>Storia dell'arte medievale</b>	6
<b>Arti visive contemporanee</b>	12
✓ Storia dell'arte contemporanea	6
✓ Arte e media	6
<b>Laboratorio di comunicazione digitale per le arti</b>	9
✓ Produzione e comunicazione dell'arte	
✓ Media digitali per le arti	
<b>Storia contemporanea</b>	9
✓ Storia contemporanea	
✓ Italia contemporanea	
<i>Antropologia del contemporaneo (3 CFU)</i>	
<b>Economia e marketing per gli eventi culturali</b>	6
<b>Arte e moda</b>	6
<b>Professional English I</b>	6

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

## 2° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

<b>Il sistema dello spettacolo</b>	12
✓ Cinema e arte	6
✓ Forme del teatro contemporaneo	6
<i>Produzione e organizzazione della musica contemporanea</i>	
<b>Storia dell'arte moderna</b>	6
<b>Economia della cultura e dell'arte</b>	6
<b>Editoria per la cultura</b>	12
✓ Sociologia degli eventi	6
✓ Giornalismo culturale	6
<i>Editoria per le arti e la cultura</i>	
<b>Project management degli eventi e dello spettacolo</b>	6
<b>Professional English II</b>	6
<b>Lingua e cultura della Seconda lingua straniera</b>	6

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

## 3° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

<b>Estetica</b>	6
<b>Storia della critica d'arte</b>	6
<b>Forme di organizzazione degli eventi culturali</b>	6
<b>Diritto delle attività culturali</b>	6
<b>Laboratorio di teoria e tecnica della fotografia</b>	6
<b>Laboratorio di scrittura per la comunicazione dell'arte e della cultura</b>	6
<b>Professional English III</b>	6
<b>Stage di competenze professionali</b>	6

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

## PROVA FINALE

6

### TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Musei e Archivi 4.0	6
English for the Arts	6
Storia della musica pop	6
Arte e televisione	6

# CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN MODA E INDUSTRIE CREATIVE \*

Il Corso di Laurea in Moda e industrie creative è un corso innovativo che prepara professionisti in grado di operare all'interno dei processi creativi e comunicativi di moda, industrie creative e design, eccellenze del Made in Italy sempre più strategiche nel quadro dell'economia nazionale e dei trend occupazionali.

Il Corso di Laurea è stato ideato in collaborazione con alcune tra le più importanti aziende della moda e del design che hanno partecipato attivamente alla definizione del percorso formativo che è progettato per soddisfare le esigenze del mercato del lavoro di questi settori che richiedono professionisti in grado di coniugare la dimensione culturale, comunicativa e simbolica alla base dei processi di ideazione, sviluppo, comunicazione e promozione dei prodotti creativi.

A Milano, cuore pulsante della moda e della creatività, il Corso di studi - fortemente ancorato alle expertise di IULM nella comunicazione e nelle lingue - è caratterizzato da un approccio laboratoriale e fornisce una solida formazione teorica, culturale e artistica, necessaria a un professionista per affrontare le principali sfide alla base dei processi creativi e comunicativi della moda, del design e delle altre produzioni creative. Inoltre, offre possibilità di raggiungere la padronanza della lingua inglese e di sviluppare competenze trasversali e soft skills relazionali utili per intraprendere attività professionali in realtà nazionali e internazionali.

Lo studente iscritto sviluppa competenze pratiche in diversi ambiti quali, tra gli altri, comunicazione web e social media, pubblicità, ideazione e creazione di eventi per la moda e il design, sviluppo di materiali di comunicazione per promuovere le creazioni di moda e gli altri prodotti creativi, inclusi materiale informativo e documentazione sui prodotti, redazione di comunicati stampa.

I laureati IULM in Moda e industrie creative disporranno sia di conoscenze critico-teoriche relative ai diversi linguaggi artistico-visuali necessari alla comprensione della moda, del design e del Made in Italy, sia di strumenti metodologici e pratici per comunicare e promuovere moda, design e altri prodotti creativi. Sapranno infatti contribuire a: ideare, creare e gestire eventi di moda e design, dalle sfilate alle "week", dai convegni alle fiere; ricercare e interpretare trend culturali e di lifestyle afferenti a moda e design nella scena nazionale e internazionale; comprendere le dinamiche competitive in cui operano le industrie creative; realizzare

contenuti di comunicazione inclusiva e interculturale; comunicare la sostenibilità; leggere e interpretare budget e altri report; orientarsi nelle norme, anche internazionali, relative alla protezione dei diritti collegati alla proprietà intellettuale.

Il corso prevede una componente di didattica frontale, a cui si assommano le attività laboratoriali necessarie a sviluppare un'attitudine analitica nei confronti dei linguaggi artistici, a stimolare la creatività e la propensione all'innovazione come atteggiamento, a consolidare gli apprendimenti teorici e sviluppare le competenze tecnico-pratiche e gestionali necessarie a professionisti del sistema moda, delle industrie creative e del design.

Project work, workshop ed esperienze sul campo, incontri con professionisti e protagonisti del sistema moda e design, seminari con docenti provenienti da Università di altre aree geografiche, visite-studio in aziende, fondazioni, musei e associazioni di categoria: tutto questo contribuisce alla crescita professionale degli studenti. Arricchiscono l'offerta formativa progetti e collaborazioni con enti esterni, nonché stage e tirocini in Italia e all'estero – esperienze che costituiscono l'occasione per mettere alla prova e monitorare conoscenze e competenze impartite in aula.

Il Corso di Laurea si articola infine al terzo anno in due indirizzi, “Moda” e “Industrie creative e design” che hanno l'obiettivo, unitamente allo stage e alla prova finale, di delineare figure professionali fortemente caratterizzate e innovative.

## **SBOCCHI PROFESSIONALI**

Il Corso di Laurea in Moda e industrie creative forma laureati in grado di inserirsi in aziende di moda, industrie creative e di design, centri di ricerca per l'industria creativa, imprese di servizi specialistici per il settore marketing della moda, servizi per la distribuzione e punti vendita, agenzie stampa, agenzie di eventi, musei, fondazioni, gallerie d'arte, editoria specialistica o avviare start up creative.

Nel settore della moda e delle industrie creative potranno ricoprire ruoli quali: Communication specialist, Web communication specialist, Social media specialist, Videomaker; Event&fair specialist; Trend hunter; Junior Art director, Visual merchandiser, Visual Designer.



# PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

## 1° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Arti visive contemporanee</b>	<b>12</b>
✓ Storia dell'arte contemporanea	6
✓ Arte e media	6
<b>Laboratorio di advertising per la moda e il design</b>	<b>6</b>
<b>Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace I (comunicazione scritta)</b>	<b>6</b>
<b>Web communication e social media</b>	<b>6</b>
<b>Storia della moda e del design</b>	<b>18</b>
✓ Storia della moda	6
✓ Storia del design	6
✓ Storia e cultura del Made in Italy	6
<b>Culture e linguaggi delle industrie creative</b>	<b>12</b>
✓ Semiotica della creatività	6
✓ Archivi delle industrie creative	6
<b>Professional English I</b>	<b>6</b>

## 2° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Estetica della moda e del design</b>	<b>6</b>
<b>Interculturalità, sostenibilità, inclusività</b>	<b>6</b>
<b>Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace II (comunicazione orale)</b>	<b>6</b>
<b>Marketing della moda e del design</b>	<b>6</b>
✓ Fondamenti di marketing	
✓ Marketing della moda e del design	
<b>Economia e gestione delle industrie creative</b>	<b>6</b>
<b>Data and Trend Analysis</b>	<b>6</b>
<b>Budgeting e Reporting per la moda e il design</b>	<b>6</b>
<b>Professional English II</b>	<b>6</b>
<b>Diritto, brand, copyright</b>	<b>6</b>



## 3° ANNO COMUNE

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace III (comunicazione visiva)	6
Professional English III	6
Stage professionale	6

CFU

## INDIRIZZO MODA

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Innovation fashion design	6
Laboratorio di visual merchandising	6
Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di moda	12
▼ Ideazione e creazione degli eventi di moda	6
▼ Regia della sfilata	6

CFU

## PROVA FINALE

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

12

## INDIRIZZO INDUSTRIE CREATIVE E DESIGN

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Design thinking	6
Laboratorio di visual design	6
Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di design	12
▼ Ideazione e creazione degli eventi di design	6
▼ Design Retail	6

CFU

## PROVA FINALE

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

12

### TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Cinema, moda e design	6
Giornalismi di moda e design	6
Icone dell'immaginario collettivo	6
La Fotografia di moda	6
Laboratorio di neuromarketing per la creatività	6
Letteratura, moda, design	6
Scenografia e costumi	6
Ufficio stampa per moda e design	6

CFU

# CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN TURISMO, MANAGEMENT E CULTURA

Il Corso di Laurea Triennale in Turismo, management e cultura 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 professionali nei campi della gestione, dell'organizzazione dei servizi turistici e culturali, del marketing e della comunicazione, 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 e di attenzione ai patrimoni culturali. 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 analisi della destinazione 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 cineturismo grazie anche a una serie di insegnamenti organizzati come laboratori professionalizzanti. Il Corso di Laurea si articola infine al terzo anno in due percorsi di "comunicazione e cultura per il turismo" e di "management e organizzazione per il turismo" che hanno l'obiettivo, unitamente allo stage e alla prova finale, di delineare figure professionali fortemente caratterizzanti e innovative.

## SBOCCHI PROFESSIONALI

Il laureato in Turismo, management e cultura 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 viene messo in condizione di costruire percorsi di accesso alla professione di manager dello sviluppo sostenibile dei territori e della cultura così come percorsi di autoimprenditorialità nel settore turistico.

## PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

### 1° ANNO

#### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Geografia, politica e cultura</b>	6
<b>Sociologia e psicologia del turismo</b>	6
<b>Management delle aziende turistiche</b>	6
<b>Il sistema economico del turismo</b>	6
<b>Comunicazione digitale per il turismo</b> (include: Laboratorio Turismo, culture e comunicazione - 24 ore)	6
<b>Marketing del turismo</b>	6
<b>Storia contemporanea ed evoluzione del turismo</b>	9
▼ Storia del turismo in Italia e in Europa	6
▼ Museums of world cultures (LAB)	3
<b>Information and Communication Technology for Tourism</b>	6
<b>Professional English I</b>	6

## 2° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Diritto del turismo</b>	6
<b>Patrimoni per il turismo</b>	15
▼ Percorsi del mondo antico	6
▼ Percorsi dell'arte	9
<b>Sviluppo delle destinazioni: politiche e governance</b>	12
▼ Politiche territoriali e sviluppo sostenibile	6
▼ Antropologia, sviluppo locale e organizzazioni internazionali	6
<b>Analisi competitive e sostenibilità</b>	6
<b>Destination Management</b>	6
▼ Destination Management	3
▼ Lab Tourist experience (LAB)	3
<b>Professional English II</b>	6
<b>Lingua e cultura della seconda lingua straniera</b> (una a scelta tra: francese, spagnolo o tedesco)	6
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>	6

## 3° ANNO COMUNE

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Marketing territoriale e sostenibilità ambientale</b>	9
▼ Strategie e marketing territoriali	3
▼ Economia ecologica e sostenibilità ambientale	3
▼ Destination Branding and Tourism Communication	3
<b>Organizzazione e comunicazione degli eventi</b>	6
▼ Organizzazione e comunicazione degli eventi per il turismo	3
▼ Turismo teatrale e musicale	3
<b>Professional English III</b>	6
<b>Stage di competenze professionali</b>	6

## INDIRIZZO COMUNICAZIONE E CULTURA PER IL TURISMO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Laboratorio di cineturismo e marketing territoriale</b>	6
<b>Narrazione e comunicazione dei territori</b>	6
<b>Turismo urbano</b>	6

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

	12
--	----

### PROVA FINALE

3

## INDIRIZZO MANAGEMENT E ORGANIZZAZIONE PER IL TURISMO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Gestione delle risorse umane</b>	6
<b>Revenue management</b>	6
<b>Business analytics</b>	6

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

	12
--	----

### PROVA FINALE

3

### TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

	CFU
Comunicazione per il turismo	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 E TRADUZIONE**

- ✓ Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza

## **FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE**

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

## **FACOLTÀ DI ARTI E TURISMO**

- ✓ 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

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>CFU</b>
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, cinese)	9
<b>LABORATORI</b>	<b>CFU</b>
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 o cinese I	12
✔ Simultanea	6
✔ Consecutiva	6
Teoria e prassi dell'interpretariato	6

## 2° ANNO

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>CFU</b>
Laboratorio di informatica applicata all'interpretazione	6
Storia delle relazioni internazionali	6
Diritto internazionale	6
<b>LABORATORI</b>	<b>CFU</b>
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 o cinese II	12
✔ Simultanea	6
✔ Consecutiva	6
Laboratorio di esperienze professionali	3
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>	<b>9</b>
<b>PROVA FINALE</b>	<b>12</b>
Lingua inglese - Simultanea/Consecutiva	3
Lingua francese o spagnola o tedesca o araba o russa o cinese - Simultanea/Consecutiva	3
Tesi di Laurea Magistrale	6
<b>TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>	<b>CFU</b>
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
<b>Traduzione editoriale e specialistica: inglese I</b>	<b>12</b>
✓ Traduzione editoriale: narrativa e saggistica	6
✓ Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza	6
<b>Traduzione editoriale e specialistica: francese I o spagnolo I o tedesco I o arabo I o russo I o cinese I</b>	<b>12</b>
✓ Traduzione editoriale: narrativa e saggistica	6
✓ Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza	6
<b>Linguaggi e forme della produzione letteraria italiana</b> (in comune con altro curriculum)	<b>6</b>
<b>Analisi e ricezione del testo tradotto</b>	<b>6</b>
<b>Strumenti informatici per la traduzione</b>	<b>12</b>
✓ Traduzione assistita e localizzazione	6
✓ Traduzione automatica e post-editing	6
<b>Tecniche di redazione, generi e testualità</b>	<b>6</b>
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>	<b>9</b>

## 2° ANNO

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



... 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) Organe charnu et mou-  
bile qui est dans la bouche et qui est le si-  
gane du goût et de la parole. *Un ragoût de  
d'un oiseau, d'un poisson, d'un fruit, d'un  
teuse. Un ragoût de langue.*  
|| Fig. et fam. *Tirer la langue* se moquer de  
le besoin. || Fam. *Avoir la langue bien  
très-facilement : Voilà un homme qui a la lan-  
pendue.* (Danc.) || Fig. et fam. *Avoir la lan-  
afûtée, parler beaucoup.* || *Avoir une grande ve-  
de LANGUE, parler très-rapidement.* ||  
**PARLER**, v. intr. (Parler, ital.) Proférer, artic-  
uler des mots. *Le perroquet est la seule créature qui a  
véritablement la faculté de parler.* (Ac.) *Il veut PARLER  
l'écorce à sa langue.* (F.) || Il se dit des oi-  
seaux qui imitent la voix humaine. *Le serin peut PAR-  
LER et siffler.* (Buff.) || De sauter, causer : *La mère  
PARLA bien, la fille PARLA mal.* (Lid.) *On ne PARLAI  
chez lui que par doubles doutes.* (F.) *On se repen-  
rarement de PARLER peu, et souvent de trop PARLER  
de F.) Il ne faut pas PARLER pour instruire.* (Fén.  
|| *PARLER de sa langue* se moquer de sa langue. || *PARLER juste  
raisonner.* || *PARLER de sa langue* se moquer de sa langue. || *PARLER d'  
quelque chose* se moquer de quelque chose. *Combien  
de très-beaux re*

# CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN TELEVISIONE, CINEMA E NEW MEDIA

Con una formula unica nel panorama nazionale, il Corso di Laurea Magistrale ospita insegnamenti a carattere teorico-critico (didattica frontale) e pratico-laboratoriale (esercitazioni) che preparano gli studenti all'ideazione e alla realizzazione di racconti audiovisivi per il cinema (cortometraggi e lungometraggi), per la tv (serie, intrattenimento, sport, informazione ecc.) e per i new media (videoclip musicali, spot, trailer, videogame, installazioni ecc.), stimolandoli a sviluppare la creatività, le competenze tecnico-gestionali e la capacità di lavoro in team necessarie all'inserimento nei mercati internazionali di riferimento.

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

Il **secondo anno** si articola 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 sui prodotti televisivi, introduce gli strumenti per la progettazione e la realizzazione di prodotti seriali, le tecniche dello streaming, gli elementi strategici del marketing televisivo.
- ▶ **New media, musica e racconti digitali:** approfondisce le tecniche della regia per formati brevi, della messa in video della musica e della realizzazione di installazioni videoartistiche, introduce elementi di progettazione di strutture narrative per i videogame e di ideazione strategica e misurazione della comunicazione audiovisiva per i social media.

NEW

Gli studenti possono frequentare il secondo anno presso la **New York Film Academy (sede di Los Angeles)**, usufruendo di **sconti** sulle tasse d'iscrizione e **borse di studio**, al fine di conseguire un diploma di laurea magistrale valido sia in Italia che negli USA (**dual degree**).

Per realizzare i loro progetti audiovisivi, gli studenti hanno a disposizione un **Laboratorio Multimediale** all'avanguardia composto da un Teatro di Posa, una Regia Audio-Video, un'Aula di Montaggio, e da attrezzature per la ripresa e software per la post-produzione.

Uno **Stage** permette agli studenti 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: Gianni Canova (critico per Sky Cinema, direttore 8 ½), Maurizio Nichetti (regista), Minnie Ferrara (produttrice), Michelangelo Frammartino (videoartista, regista), Massimo Schiavon (direttore della fotografia), Diego Cassani (montatore), Fabio Vittorini (critico per Il Manifesto e Duel), Emanuele Chiappa (tecnico del suono), Giuseppe Bianchi (regista e autore televisivo), Masbedo (videoartisti), Gabriele Cucinella (CEO We Are Social), Silvia Cafagna (Head Social Media Vodafone), Giovanni Chiaramonte (fotografo), Elio De Capitani (attore/regista, Teatro Elfo Puccini), Leila Fteita (scenografa).

## **SBOCCHI PROFESSIONALI**

Tra gli altri: 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 i social media, organizzatore di festival e rassegne, critico per il cinema, la tv, la musica in video, il web.

# 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
<b>ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA</b>	<b>6</b>

## 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
<b>ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA</b>	<b>6</b>
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, MUSICA E RACCONTI DIGITALI

#### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Racconti digitali 9

✓ Videogiochi: tecnologia e arte 6

✓ Laboratorio di Interaction Design 3

Musica, video e arte digitale 12

✓ Laboratorio di regia per formati brevi 6

✓ Laboratorio di videoarte espansa: spazi, scenari, suoni 6

Contenuti audiovisivi per i social media 9

✓ Strategie di comunicazione creativa 6

✓ Musica online: video e live 3

Copyright e performance dei contenuti audiovisivi 6

#### ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

6

Stage/Workshop professionale 3

### PROVA FINALE

12

#### TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

Laboratorio di sceneggiatura 6

Laboratorio di recitazione e direzione dell'attore 6

Laboratorio di cinema documentario 6

Laboratorio di organizzazione e gestione di festival e rassegne 6

Elementi di musica e discografia 6

Palinsesti televisivi: analisi e tecniche 6

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

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
<b>Strategy and Management</b>	9
<b>Organizational Behaviour &amp; Neuromanagement</b>	6
<b>Strategic &amp; Entrepreneurial Communication</b>	9
<b>Brand, Identity &amp; Reputation</b>	12
✓ Consumer Behaviour & Integrated Marketing Communication	6
✓ Identity & Reputation Management	6
<b>Digital Communication Management</b>	12
✓ Digital and Crossmedia Strategy	6
✓ Social Media Relations Management	6
<b>Content Management &amp; Corporate Storytelling</b>	6
<b>ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA</b>	6

## 2° ANNO

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Stakeholder Relationship Management</b>	12
✓ Issues & Crisis communication	6
✓ Public Affairs & Digital Advocacy	6
<b>Communication Measurement &amp; Data Analysis</b>	6
<b>Corporate Social Responsibility &amp; Communication</b>	6
<b>Internal Communication and Change Management</b>	6
<b>Financial Communication and Investor Relations</b>	6
<b>ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA</b>	6
Field project/stage	6

## PROVA FINALE

12

### TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

	CFU
Mind, media and modern culture	6
Digital markets	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 importanti 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

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

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

**6**

## 2° ANNO

### INDIRIZZO BRAND MANAGEMENT

#### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

<b>Identità visiva della marca</b>	<b>9</b>
<b>Brand &amp; Corporate Communication</b>	<b>6</b>
<b>Diritto della marca</b>	<b>6</b>
<b>Business English</b>	<b>9</b>

#### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

**6**

<b>Stage</b>	<b>6</b>
<b>Fieldwork</b>	<b>6</b>

### 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

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





## 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 eventi d'arte, divulgare l'arte anche attraverso i sistemi digitali.

Il Corso si articola in momenti di didattica frontale seguiti da esperienze one-to-one con professionisti militanti, seminari, 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 (come la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo), progetti e collaborazioni con enti esterni, stage e tirocini in Italia e all'estero, internship presso partner nazionali e internazionali ne perfezionano l'articolazione.

Rafforza l'assetto pratico del Corso, al primo anno, il JobLab, un laboratorio intensivo che permette agli studenti di mettere a fuoco le competenze richieste dal mercato e di lavorare alla realizzazione di un progetto concreto. Grazie a numerose convenzioni con Università straniere, al primo semestre del secondo anno, gli studenti 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 artistica e culturale in partnership con importanti enti e istituzioni del panorama italiano con sede a Milano (Palazzo Reale, Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, MEET - Centro internazionale di cultura digitale) consentono agli studenti di lavorare alla realizzazione di specifici progetti culturali, presso le loro sedi e a stretto contatto con professionisti del settore. Il biennio si conclude con la realizzazione della tesi e di un project-work che consiste nella curatela, organizzazione e comunicazione di una mostra d'arte contemporanea.



## 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
<b>Storia del collezionismo e del mercato antiquario</b>	6
<b>Culture visuali</b>	6
<b>Il sistema dei musei</b>	12
✓ Cultura e gestione dei musei e delle istituzioni d'arte	6
✓ Comunicazione dei musei e delle istituzioni d'arte	6
<b>Elementi di storytelling</b>	6
<b>Management e start-up per l'arte</b>	9
<b>Le professioni dell'arte</b>	9
✓ Teorie del mercato d'arte	
✓ Strategie delle fondazioni	
✓ Strategie delle case d'asta	
✓ Strategie delle gallerie	
<b>Diritto dei Beni Culturali in Italia e in Europa</b>	6

### 2° ANNO

#### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

	CFU
<b>Il sistema degli eventi artistici e culturali</b>	18
✓ Mostre e media	6
✓ Art direction di eventi artistici e culturali	6
✓ Social media communication	6
<b>Filosofia dell'arte</b>	6
<b>Arte ed editoria digitale</b>	6
<b>Laboratorio di progettazione, produzione e comunicazione artistica e culturale</b>	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
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 all'estero

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

## 2° ANNO - Università IULM

### ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

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

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

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

### PROVA FINALE

#### 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

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

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

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

### PROVA FINALE

#### 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

<b>Introduction à l'innovation économique sociale et territoriale</b>	<b>9</b>
<b>Innovation, art et créativité territoriale</b>	<b>6</b>
<b>Innovation, tourisme, nature et loisirs</b>	<b>12</b>
<b>Communication Skills</b>	<b>9</b>

### ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

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

### PROVA FINALE

#### 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**

# IULM COMMUNICATION SCHOOL. 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](http://www.scuolacomunicazioneiulm.it)

### L'OFFERTA FORMATIVA

IULM Communication School, 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

IULM Communication School 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 approfondire 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 (con Gambero Rosso)
- ✓ Food Design and Innovation (con Scuola Politecnica di Design) (in inglese);
- ✓ Game Design
- ✓ Giornalismo (biennale)
- ✓ International Tourism and Hospitality MITH (in inglese)
- ✓ International Communication MIC (in inglese)
- ✓ Management del Made in Italy. Consumi e comunicazione della moda, del design e del lusso
- ✓ Management e Comunicazione del Beauty e del Wellness
- ✓ Management delle Risorse Artistiche e Culturali, (Sede di Roma)
- ✓ Master in Lingue e Culture Orientali, (Sede di Roma)
- ✓ Marketing e Comunicazione dello Sport
- ✓ Master.Lab Design Direction: Communication & Management. L'arte come matrice dell'impresa contemporanea
- ✓ Retail Brand & Sales Management

## 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
- ✓ International Marketing & Sales Communication (in lingua inglese)
- ✓ Management e Comunicazione degli Eventi
- ✓ Masterbook, Master di specializzazione nei mestieri dell'editoria, (in collaborazione con Excogita)
- ✓ Museology New Media and Museum Communication-ON LINE
- ✓ Il Cinema e le Serie sulle Piattaforme Audiovisive: Produzione, Comunicazione e Programmazione, (in collaborazione con SKY)
- ✓ Recitazione per il Cinema e per le Serie TV

## 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
- ✓ Comunicazione delle Identità Territoriali. Narrazione, Valorizzazione, Progettualità
- ✓ Critica per il Cinema e lo Spettacolo
- ✓ Data Management & Business Analytics, (DMBA)
- ✓ Doppiaggio, Adattamento e Traduzione di Opere Cinetelevisive
- ✓ Marketing del Cinema e degli Audiovisivi
- ✓ Relazioni Pubbliche d'Impresa, (MARPI)
- ✓ Social Media Marketing & Digital Communication
- ✓ Persuasion, Decision and Change Management Behavioral Economics, Behavioral Finance e Neuromarketing
- ✓ Retail Innovation & Omnichannel Mangement

## On Line Courses

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

## Study Tour

IULM Communication School 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.

La sezione **Tutorato**, in particolare, propone un supporto individuale per affrontare al meglio e con successo gli studi universitari.

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, attraverso uno sportello dedicato, si propone come un sistema di ascolto da studente a studente e 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

Nel primo semestre vengono inoltre proposti alle matricole seminari sul metodo di studio e sulla gestione delle energie e dell'ansia prima degli esami.

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 sulle proprie capacità, aspirazioni e strumenti disponibili, allo scopo di facilitare le scelte per la realizzazione del proprio progetto di studi.

# 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
- ✔ Focus group dedicati ai temi del lavoro
- ✔ Percorso di orientamento al lavoro volto a fornire gli strumenti utili al proprio posizionamento professionale e orientare sulle scelte strategiche da applicare al proprio percorso di carriera
- ✔ Simulazione colloqui di selezione al fine di migliorare la capacità di affrontare i colloqui di selezione con feedback costruttivi per evidenziare eventuali aree di miglioramento
- ✔ 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
- ✔ Career Day/Job seminar, incontri in cui le aziende presentano il profilo e la struttura organizzativa e le eventuali opportunità di inserimento professionale
- ✔ Project work con importanti aziende finalizzati all'individuazione dei talenti
- ✔ Professional Mentorship, un progetto che coinvolge ex studenti IULM (Mentor), che ricoprono ruoli di rilievo all'interno di realtà aziendali, enti o istituzioni, al fine di illustrare cosa significa ricoprire una posizione lavorativa
- ✔ 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
- ✔ Self-Assessment – Coaching e Counseling: un servizio volto a supportare gli studenti nell'entrata nel mondo del lavoro attraverso l'acquisizione dell'autoconsapevolezza dei punti di forza e di debolezza, l'individuazione delle risorse per raggiungere l'obiettivo, l'identificazione delle azioni per trovare uno stage/placement in linea con il proprio profilo.

# 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
- ✔ SuperReading, corso di lettura strategica dedicato in particolare agli studenti con DSA

Per informazioni: [diversamente@iulm.it](mailto: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](mailto: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 o lo svolgimento di stage all'estero. Sono altresì riconosciuti esoneri parziali del 20%, per il primo anno d'iscrizione, agli studenti che nell'anno scolastico 2019/2020 hanno conseguito un voto di diploma pari a 100/100. Tale esonero viene inoltre concesso agli studenti che hanno conseguito il titolo di primo livello presso l'Università IULM o la SSML Carlo Bo con un voto di laurea pari a 110/110 e lode. 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** 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", IULM AI Lab, Laboratorio di Giornalismo, Studio cinetelevisivo e Teatro di posa.

### ▼ **Agorà**

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

### ▼ **Tutorato**

Tutorato 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](mailto: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 2020/2021 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
✔ Corporate Communication and Public Relations (in inglese)	140 posti
✔ Turismo, management e cultura	240 posti
✔ Arti, spettacolo, eventi culturali	250 posti
✔ Moda e industrie creative	150 posti

Dall'a.a. 2020/21 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 cultura 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, Comunicazione, media e pubblicità e Moda e industrie creative 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.

## Iscrizione ai Corsi di Laurea Magistrale

✔ <b>Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza</b>	<b>100 posti</b>
✔ <b>Televisione, cinema e new media</b>	<b>120 posti</b>
✔ <b>Marketing, consumi e comunicazione</b>	<b>180 posti</b>
✔ <b>Strategic Communication</b> (in inglese)	<b>100 posti</b>
✔ <b>Arte, valorizzazione e mercato</b>	<b>100 posti</b>
✔ <b>Hospitality and Tourism Management</b> (in inglese)	<b>100 posti</b>

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 2020 (in una sessione dell'a.a. 2019/2020).

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. Le domande di ammissione sono accettate dal 16 novembre 2019.

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 2020 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.



# TASSE E CONTRIBUTI PER IMMATRICOLATI A.A. 2020/2021

Per l'a.a. 2020/2021 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 2020/2021 è disponibile sul sito di Ateneo [www.iulm.it](http://www.iulm.it). Il pagamento delle tasse è ripartito in tre rate: la prima versata all'atto dell'immatricolazione, la seconda entro il 14 dicembre 2020 e la terza entro il 31 marzo 2021.

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 14 dicembre 2020	1.400,00	2.200,00	3.000,00	3.800,00	4.600,00
III rata - entro il 31 marzo 2021	500,00	925,00	1.350,00	1.775,00	2.200,00
<b>Tot. complessivo</b>	<b>3.500,00</b>	<b>4.725,00</b>	<b>5.950,00</b>	<b>7.175,00</b>	<b>8.400,00</b>

## 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 14 dicembre 2020	1.700,00	2.600,00	3.500,00	4.400,00	5.300,00
III rata - entro il 31 marzo 2021	700,00	1.150,00	1.600,00	2.050,00	2.500,00
<b>Tot. complessivo</b>	<b>4.400,00</b>	<b>5.750,00</b>	<b>7.100,00</b>	<b>8.450,00</b>	<b>9.800,00</b>

# 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 che gode di autonomia e indipendenza nel promuovere le relazioni con le istituzioni e le imprese 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 di relazione con le imprese e le Istituzioni.



---

# ALIULM

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

associazione laureati



## Università IULM

via Carlo Bo 1 - Milano

MM2 Romolo



[facebook.com/iulm.orienta](https://facebook.com/iulm.orienta)  
[facebook.com/iulm.universita](https://facebook.com/iulm.universita)



[instagram.com/iulm\\_university](https://instagram.com/iulm_university)

## 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](mailto:infopoint@iulm.it)**

**[www.iulm.it](http://www.iulm.it)**