

IULM, IMPARARE IL FUTURO.

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

**ANNO ACCADEMICO
2021 - 2022**





INDICE

| | |
|---|-----------|
| 1. IULM, IMPARARE IL FUTURO. | |
| ✓ Modello di insegnamento - Contemporary Learning | 8 |
| ✓ Percorsi di studio | 10 |
| ✓ Il futuro inizia qui - Offerta formativa | 11 |
| 2. CORSI DI LAUREA TRIENNALE | 12 |
| ✓ Interpretariato e comunicazione | 14 |
| ✓ Comunicazione, media e pubblicità | 16 |
| ✓ Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche | 18 |
| ✓ Arti, spettacolo, eventi culturali | 20 |
| ✓ Moda e industrie creative | 22 |
| ✓ Turismo, management e cultura | 26 |
| 3. CORSI DI LAUREA MAGISTRALE | 28 |
| ✓ Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza | 30 |
| ✓ Televisione, cinema e new media | 34 |
| ✓ Strategic Communication | 38 |
| ✓ Marketing, consumi e comunicazione | 40 |
| ✓ Intelligenza artificiale, impresa e società | 44 |
| ✓ Arte, valorizzazione e mercato | 46 |
| ✓ Hospitality & Tourism Management | 48 |
| 4. MASTER | 51 |
| ✓ L'offerta formativa | 52 |
| 5. RISORSE E SERVIZI | 55 |
| ✓ Orientamento, tutorato e counseling | 56 |
| ✓ Career service e rapporti con le imprese | 57 |
| ✓ DiversaMENTE. Disabilità e DSA | 58 |
| ✓ Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio | 58 |
| ✓ Opportunità per studenti iscritti | 59 |
| ✓ IULM International | 60 |
| ✓ Vivere alla IULM/Vivere la IULM | 62 |
| 6. ISCRIZIONE AI CORSI | 64 |
| 7. TASSE E CONTRIBUTI PER IMMATRICOLATI A.A. 2021/2022 | 66 |
| 8. ALIULM - ASSOCIAZIONE LAUREATI DELL'UNIVERSITÀ IULM | 68 |



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 quello 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 di 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 oltre 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. Secondo il Rapporto AlmaLaurea 2021, infatti, a un anno dalla laurea il 53,8%* dei laureati triennali e il 74,8% dei laureati magistrali IULM è ben inserito nel mondo del lavoro. Dopo cinque anni dalla laurea, il tasso di occupazione di questi ultimi sale al 90,6%.

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 richiedono ogni giorno nuove specializzazioni. Solo un insegnamento in costante evoluzione permette di procedere alla velocità del cambiamento.

Mondo del lavoro a Km zero

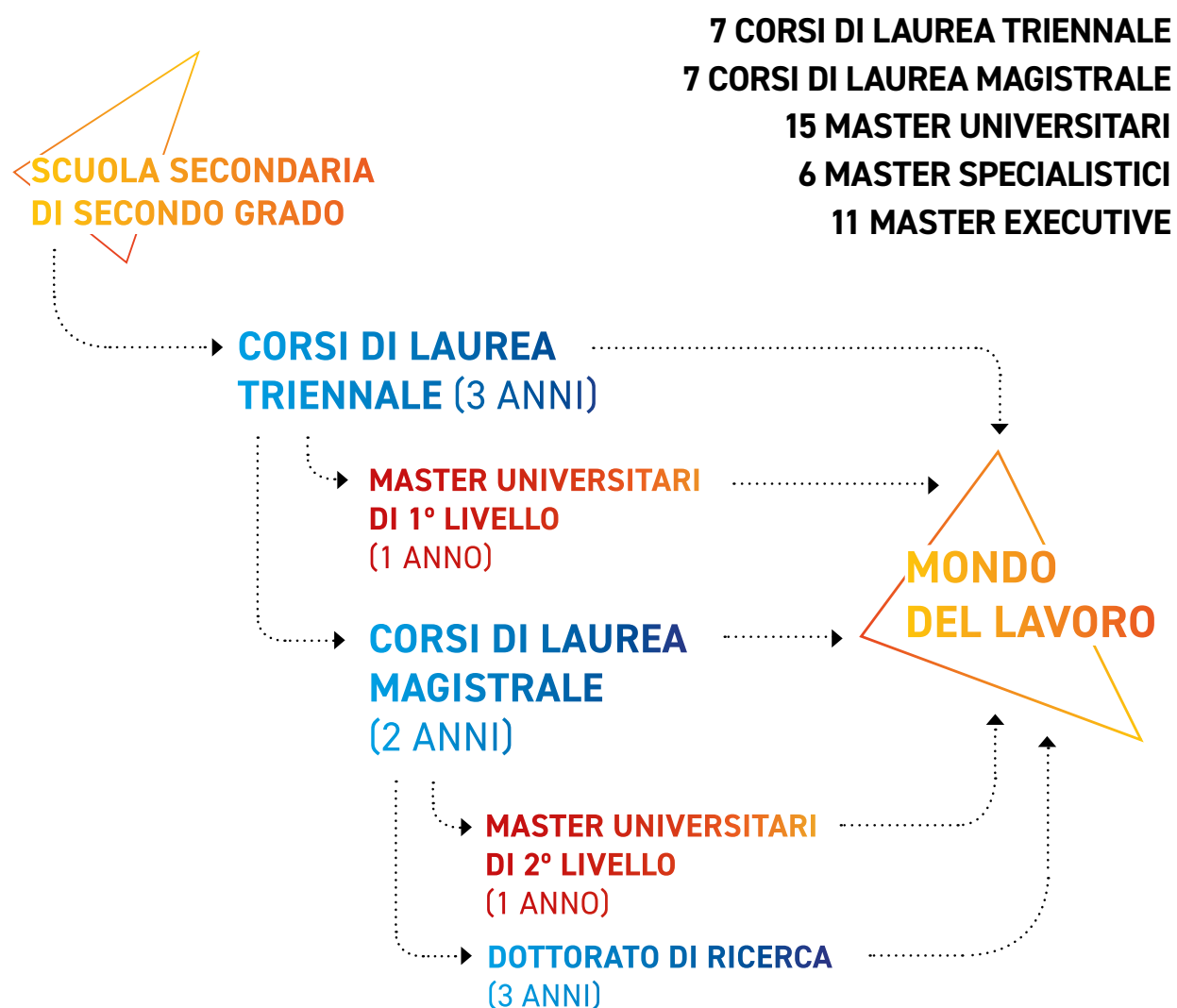
Costanti e consolidate interconnessioni con il mondo del lavoro offrono concrete opportunità di placement.

*Dato ricavato isolando i laureati triennali IULM che, dopo il titolo, non si sono mai iscritti a un corso di laurea di secondo livello (58,1%).

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 universitario, specialistico o Executive o una Laurea Magistrale.



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
- Intelligenza artificiale, impresa e società

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



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 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.

Le lingue straniere previste sono due, di cui la prima obbligatoriamente inglese e la seconda a scelta tra le europee francese, spagnolo, tedesco e russo, e le extraeuropee arabo e cinese, e l'insegnamento linguistico, di tipo laboratoriale, viene impartito in piccole classi, come impone la strategia didattica essenziale per l'apprendimento in questo ambito.

Il corso offre gli strumenti per diventare un operatore nel campo della mediazione linguistica e della comunicazione fornendo:

- ▶ le conoscenze tecniche indispensabili all'interpretariato di conferenza (consecutiva, trattativa, chuchotage, simultanea) e alla traduzione (tecnico-scientifica e letteraria), abilità sviluppate nelle attività di laboratorio linguistico;
- ▶ una conoscenza solida 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;
- ▶ un approccio anche critico alle problematiche della traduzione e dell'interpretariato, affrontate con lo studio di questioni di ambito teorico, metodologico, deontologico e psicosociale.

La forte sinergia in ambito didattico tra docenti madrelingua e professionisti dell'interpretariato, della traduzione e della comunicazione attivi nel mondo delle imprese, insieme ai docenti universitari, caratterizza la specificità di questo corso che si avvale delle infrastrutture offerte da un campus moderno e tecnologico oggi indispensabili.

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. Il laureato 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 Traduzione specialistica e Interpretariato di conferenza.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Lingua e letteratura italiana

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

Linguistica generale

Teoria e prassi della traduzione e dell'interpretariato di conferenza

Antropologia culturale

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di lingua inglese I

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

Laboratorio di seconda lingua straniera I

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

Laboratorio di strumenti informatici per la traduzione e l'interpretariato

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Cultura, letteratura e storia della lingua inglese

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

Cultura, letteratura e storia della seconda lingua

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

Storia contemporanea

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di lingua inglese II

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

Laboratorio di seconda lingua straniera II

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

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Letterature comparate

Organizzazione internazionale

Economia delle aziende e dei mercati internazionali

Psicologia della comunicazione

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di lingua inglese III

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

Laboratorio di seconda lingua straniera III

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

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

PROVA FINALE

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Lingue e culture nordiche I e II

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

Letteratura anglo-irlandese

Filosofia e narrazioni della globalizzazione

CFU

12

6

6

6

6

6

CFU

12

6

6

12

6

6

6

CFU

12

6

6

12

6

6

6

CFU

12

6

6

12

6

6

6

CFU

6

6

6

6

CFU

12

6

6

12

6

6

6

6

CFU

6+6

6+6

3

6

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN COMUNICAZIONE, MEDIA E PUBBLICITÀ

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

Il Corso di Laurea Triennale in Comunicazione, media e pubblicità si propone di preparare laureati capaci di elaborare progetti di comunicazione creativi e innovativi sia per i media tradizionali (cinema, teatro, televisione, 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 |
|---|-----|
| Sociologia dei media | 6 |
| Linguaggi del web | 12 |
| ✓ Comunicazione digitale | 6 |
| ✓ Laboratorio di web design | 6 |
| Linguaggi del corpo e della voce | 12 |
| ✓ Teatro moderno e contemporaneo | 6 |
| ✓ Comunicazione radiofonica | 6 |
| Sistemi informativi e trend digitali | 6 |
| Linguaggi della pubblicità | 6 |
| Linguaggi del cinema | 6 |
| Analisi dei testi mediali | 6 |
| Professional English I | 6 |

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

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

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|---|
| Linguaggi del giornalismo | 9 |
| ✓ 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 |
| Letteratura e media | 9 |
| ✓ 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: | |
| Laboratorio di musica per i media | 6 |
| Laboratorio di creatività pubblicitaria | 6 |
| Economia politica e dei media | 9 |
| Metodologia e tecnica della ricerca sociale | 9 |
| ✓ Metodologia e tecnica della ricerca sociale | 6 |
| Un insegnamento a scelta tra: | |
| ✓ Immagini e società | 3 |
| ✓ Mercato e consumi | 3 |
| Professional English III | 6 |

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 |
| Poesia, canzone e Rap | 6 |
| TV: modelli e professioni | 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:

- ✔ Creatività e progettazione
- ✔ Tecniche di creatività pubblicitaria

Professional English III

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

PROVA FINALE

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

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

YEAR 1

COMPULSORY SUBJECTS

| | |
|--|---|
| 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

| | |
|--|---|
| 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

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

Introduction to Public and Private law

6

Creativity (workshop)

9

A choice between:

- ✔ Creativity and design
- ✔ Creativity and advertising

Professional English: Public Speaking

6

ELECTIVE COURSES

6

GRADUATION PROJECT

6

ELECTIVE COURSES

| | |
|---|---|
| Branded Entertainment | 6 |
| Business Strategy | 6 |
| Digital Media for Marketing | 6 |
| Retail Marketing Innovation | 6 |
| Marketing&Sales | 6 |
| Consumption Innovation & Trends | 6 |
| Influencer Marketing | 6 |
| Artificial Intelligence | 6 |
| Social Media Management for Corporate Communication | 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 umanistica 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, Laboratorio di teoria e tecnica della fotografia, 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

| | |
|--|----|
| Storia dell'arte medievale | 6 |
| Arti visive contemporanee | 12 |
| ✔ Storia dell'arte contemporanea | 6 |
| ✔ Arte e media | 6 |
| Marketing e management degli eventi | 12 |
| ✔ Marketing per l'arte e la cultura | |
| ✔ Project management degli eventi e dello spettacolo | |
| Comunicazione della cultura | 6 |
| ✔ Giornalismo culturale | |
| ✔ Editoria per le arti e la cultura | |
| Laboratorio di comunicazione digitale per le arti | 6 |
| Arte e moda | 6 |
| Professional English I | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 6 |

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|----|
| Il sistema dello spettacolo | 12 |
| ✔ Cinema e arte | 6 |
| ✔ Forme del teatro contemporaneo | 6 |
| ✔ Produzione e organizzazione della musica contemporanea | 6 |
| Storia dell'arte moderna | 6 |
| Economia della cultura e dell'arte | 6 |
| Storia contemporanea | 6 |
| ✔ Storia contemporanea | |
| ✔ Italia contemporanea | |
| Laboratorio di scrittura | 6 |
| Diritto delle attività culturali | 6 |
| Professional English II | 6 |
| Lingua e cultura della Seconda lingua straniera | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 6 |

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|---|----|
| Estetica | 6 |
| Psicologia dell'arte | 6 |
| Storia della critica d'arte e museologia | 12 |
| ✔ Storia della critica d'arte | |
| ✔ Musei e archivi 4.0 | |
| Forme di organizzazione degli eventi culturali | 6 |
| Laboratorio di teoria e tecnica della fotografia | 6 |
| Professional English III | 6 |
| Stage di competenze professionali | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 6 |

PROVA FINALE

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|-----------------------------|---|
| Fondazioni d'arte e di moda | 6 |
| English for the Arts | 6 |
| Storia della musica pop | 6 |
| Arte e televisione | 6 |
| Strategy of Cultural Events | 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.

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 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. Alla fine del percorso di studi i laureati saranno in grado di collaborare alla ideazione, creazione e gestione degli eventi di moda e design, dalle sfilate alle "week", dai convegni alle fiere sia in modalità remota che in presenza. Sapranno ricercare e interpretare trend culturali e di lifestyle afferenti a moda e design nella scena nazionale e internazionale; sapranno 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

Arti visive contemporanee

- ✓ Storia dell'arte contemporanea
- ✓ Arte e media

Laboratorio di advertising per la moda e il design

Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace I (comunicazione scritta)

Web communication e social media

Storia della moda e del design

- ✓ Storia della moda
- ✓ Storia del design
- ✓ Storia e cultura del Made in Italy

Culture e linguaggi delle industrie creative

- ✓ Semiotica della creatività
- ✓ Archivi delle industrie creative

Professional English I

CFU

12
6
6
6
6
6
18
6
6
6
12
6
6
6
6

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Estetica della moda e del design

Interculturalità, sostenibilità, inclusività

Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace II (comunicazione orale)

Marketing della moda e del design

- ✓ Fondamenti di marketing
- ✓ Marketing della moda e del design

Economia e gestione delle industrie creative

Data and Trend Analysis

Budgeting e Reporting per la moda e il design

Diritto, brand, copyright

Professional English II

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

6
6
6
6
6
6
6
6
6
6
6
6
6

3° ANNO COMUNE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace III (comunicazione visiva)

Professional English III

Stage professionale

CFU

6
6
6

INDIRIZZO MODA

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Innovation Fashion Design

Laboratorio di Visual Merchandising

Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di moda

- ✓ Ideazione e creazione degli eventi di moda

- ✓ Regia della sfilata

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

6
6
12
6
6
6

PROVA FINALE

6

INDIRIZZO INDUSTRIE CREATIVE E DESIGN

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Design Thinking

Laboratorio di Visual Design

Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di design

- ✓ Ideazione e creazione degli eventi di design

- ✓ Design Retail

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

6
6
12
6
6
6

PROVA FINALE

6

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Cinema, moda e design

Ufficio stampa per arte, moda e design

La fotografia di moda e di design

Social Media and Influencer

CFU

6
6
6
6



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. Il Corso di Laurea offre 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 e paesaggistici. 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 |
|--|-----|
| Geografia, paesaggi e culture | 6 |
| Sociologia e psicologia del turismo | 6 |
| Management delle aziende turistiche | 6 |
| Il sistema economico del turismo | 6 |
| Comunicazione digitale per il turismo (include: Laboratorio Turismo, culture e comunicazione - 24 ore) | 6 |
| Marketing del turismo | 6 |
| Storia contemporanea ed evoluzione del turismo | 9 |
| ▼ Storia del turismo in Italia e in Europa | 6 |
| ▼ Museums of world cultures (LAB) | 3 |
| Information and Communication Technology for Tourism | 6 |
| Professional English I | 6 |

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|-----|
| Diritto del turismo | 6 |
| Patrimoni per il turismo | 15 |
| ▼ Percorsi del mondo antico | 6 |
| ▼ Percorsi dell'arte | 9 |
| Sviluppo delle destinazioni: politiche e governance | 12 |
| ▼ Politiche territoriali | 6 |
| ▼ Antropologia culturale | 6 |
| Strategie competitive | 6 |
| Destination Management | 6 |
| ▼ Include Laboratorio Tourist experience (24 ore) | |
| Professional English II | 6 |
| Lingua e cultura della seconda lingua straniera (una a scelta tra: francese, spagnolo o tedesco) | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 6 |

3° ANNO COMUNE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|-----|
| Marketing territoriale e sostenibilità | 9 |
| ▼ Strategie e marketing | 3 |
| ▼ Economia ecologica | 3 |
| ▼ Tourism Communication | 3 |
| Organizzazione e comunicazione degli eventi | 6 |
| ▼ Organizzazione e comunicazione degli eventi per il turismo | 3 |
| ▼ Turismo teatrale e musicale | 3 |
| Professional English III | 6 |
| Stage di competenze professionali | 6 |

INDIRIZZO COMUNICAZIONE E CULTURA PER IL TURISMO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|--|-----|
| Laboratorio di cineturismo | 6 |
| Narrazione e comunicazione dei territori | 6 |
| Turismo urbano | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 12 |
| PROVA FINALE | 3 |

INDIRIZZO MANAGEMENT E ORGANIZZAZIONE PER IL TURISMO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | CFU |
|------------------------------|-----|
| Gestione delle risorse umane | 6 |
| Revenue management | 6 |
| Business analytics | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 12 |
| PROVA FINALE | 3 |

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | CFU |
|---|-----|
| Comunicazione per il turismo | 6 |
| Innovazione e imprenditorialità turistica | 6 |
| Governo dell'emergenza | 6 |
| Culture del turismo | 6 |
| Antropologia dell'immaginario mediorientale | 6 |
| Antropologia culturale | 6 |



CORSI DI LAUREA MAGISTRALE

FACOLTÀ DI INTERPRETIATO E TRADUZIONE

- ✓ Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza

FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE

- ✓ Televisione, cinema e new media
- ✓ Strategic Communication
- ✓ Marketing, consumi e comunicazione
- ✓ Intelligenza artificiale, impresa e società

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 CURRICOLO: INTERPRETARIATO DI CONFERENZA

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|---|---|
| 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 |

LABORATORI

| | |
|--|-----------|
| Lingua inglese I | 12 |
| ✓ Simultanea | 6 |
| ✓ Consecutiva | 6 |
| Lingua francese I o spagnola I o tedesca I o russa I o cinese I o arabo I | 12 |
| ✓ Simultanea | 6 |
| ✓ Consecutiva | 6 |
| Teoria e prassi dell'interpretariato | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 9 |

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|---|
| Laboratorio di informatica applicata all'interpretazione | 6 |
| Storia delle relazioni internazionali | 6 |
| Diritto internazionale | 6 |

LABORATORI

| | |
|--|-----------|
| Lingua inglese II | 12 |
| ✓ Simultanea | 6 |
| ✓ Consecutiva | 6 |
| Lingua francese II o spagnola II o tedesca II o russa II o cinese II o arabo II | 12 |
| ✓ Simultanea | 6 |
| ✓ Consecutiva | 6 |
| Laboratorio di esperienze professionali | 3 |

PROVA FINALE

| | |
|---|----------|
| 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 |

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|---|----------|
| 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 CURRICULUM: TRADUZIONE SPECIALISTICA

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Traduzione editoriale e specialistica: inglese I

✓ Traduzione editoriale: narrativa e saggistica

✓ Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza

Traduzione editoriale e specialistica: francese I o spagnolo I o tedesco I o arabo I o russo I o cinese I

✓ Traduzione editoriale: narrativa e saggistica

✓ Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza

Linguaggi e forme della produzione letteraria italiana (in comune con altro curriculum)

Analisi e ricezione del testo tradotto

Strumenti informatici per la traduzione

✓ Traduzione assistita e localizzazione

✓ Traduzione automatica e post-editing

Tecniche di redazione, generi e testualità

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Traduzione editoriale: narrativa e saggistica inglese II

Traduzione editoriale: narrativa e saggistica francese II o spagnolo II o tedesco II o arabo II o russo II o cinese II

Traduzione audiovisiva (sottotitolaggio e doppiaggio)

LABORATORI

Traduzione specialistica: Scienza e tecnologia, Made in Italy - inglese II

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

Laboratorio di esperienze professionali

PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Web Publishing and Website Editing Skills

Linguaggi settoriali e traduzione in lingua inglese o francese o spagnola o tedesca o araba o russa o cinese (mutuato da altro curriculum)

Retorica, media e comunicazione

CFU

12

6

6

12

6

6

6

6

12

6

6

6

9

CFU

9

9

6

CFU

9

9

3

12

CFU

3

9

6



LANGUE, n. f. (Linguistique) Organe de la parole. Organe du goût et de l'odorat. Langue d'un oiseau, d'un poisson. Langue teuse. Un ragoût de langue. Langue le besoin. || Fam. Avoir la langue bien tre-facilement : Voilà un homme qui a la langue bien tre-facilement. (Danc.) || Fig. et fam. Avoir la langue affilée, parler beaucoup. Avoir une grande langue, parler très rapidement. || PARLER, v. intr. (Linguistique) Proférer, articuler des mots. L'homme est la seule créature qui a véritablement la parole. (Ac.) Il veut parler l'écorce a sa langue. (F.) || Il se dit des oiseaux qui imitent la voix humaine. Le serin peut parler et siffler. (Bull.) || Parler, causer : La mère parlait bien, la fille parlait mal. (F.) On ne parlait pas de lui, on se taisait. (F.) On se repent rarement de parler peu, on se repent de trop parler. (F.) || Parler, instruire. (Fén.) || Parler juste, raisonner. || Parler d'or, parler de bien. Combien de beaux gens...

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), Gianni Sibilla (critico musicale Rockol), 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

- Laboratorio di regia
- Laboratorio di montaggio digitale
- Laboratorio di illuminotecnica e di ripresa cinetelevisiva
- Paesaggi sonori nei media
 - ✔ Musica e immagine
 - ✔ Laboratorio di suono in presa diretta
- Visual studies
 - ✔ Teoria, storia e tecnica della fotografia
 - ✔ Laboratorio di videoarte e installazioni audiovisive
- Immaginari dell'era digitale

ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

2° ANNO

INDIRIZZO CINEMA E NUOVE TECNOLOGIE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

- Laboratorio avanzato di regia cinematografica
- Cinema digitale
 - ✔ Effetti visivi e digitali
 - ✔ Laboratorio d'animazione
- Film Studies
 - ✔ Filmologia
 - ✔ Laboratorio di scrittura critica per il cinema e lo spettacolo
- Cinema espanso ed elementi di business
 - ✔ Economia del cinema: strategie e strumenti
 - ✔ Archivi, mostre e musei del cinema

ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

- Stage/Workshop professionale

PROVA FINALE

CFU

9
12
6
12
6
6
12
6
6
6
6

CFU

6
9

9

12
6
6
6
3
12

2° ANNO

INDIRIZZO TELEVISIONE E CROSS MEDIA

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

- Laboratorio avanzato di regia televisiva
- Serialità cross-mediale
 - ✔ Format e serie TV
 - ✔ Laboratorio di progettazione e produzione di web series
- Web TV
 - ✔ TV, social media e web
 - ✔ Laboratorio di streaming
- Business televisivo e cross-mediale

ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

- Stage/Workshop professionale

PROVA FINALE

2° ANNO

INDIRIZZO NEW MEDIA, MUSICA E RACCONTI DIGITALI

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

- Racconti digitali
 - ✔ Videogiochi: tecnologia e arte
 - ✔ Laboratorio di Interaction Design
- Musica, video e arte digitale
 - ✔ Laboratorio di regia per formati brevi
 - ✔ Laboratorio di videoarte espansa: spazi, scenari, suoni
- Contenuti audiovisivi per i social media
 - ✔ Strategie di comunicazione creativa
 - ✔ Musica online: video e live
- Copyright e performance dei contenuti audiovisivi

ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

- Stage/Workshop professionale

PROVA FINALE

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

- Laboratorio di sceneggiatura
- Laboratorio di recitazione e direzione dell'attore
- Laboratorio di cinema documentario
- Laboratorio di organizzazione e gestione di festival e rassegne
- Elementi di musica e discografia
- Palinsesti televisivi: analisi e tecniche
- Mind, Media and Modern Culture (in lingua inglese)

CFU

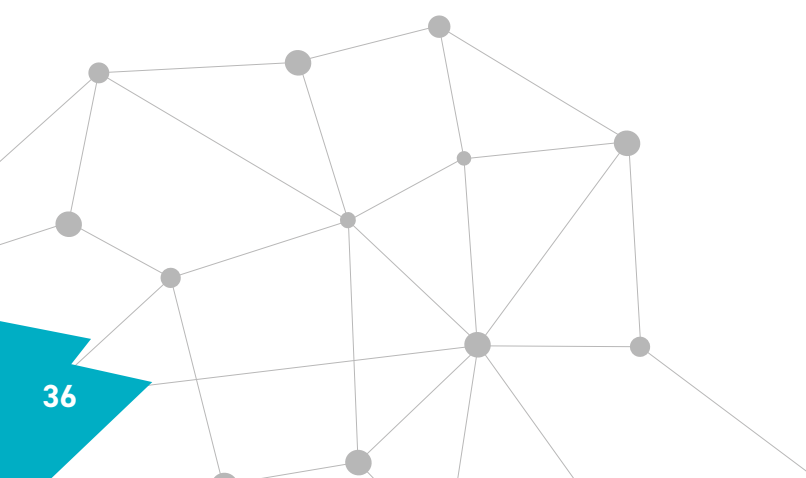
6
12
6
6
12
6
6
6
6
6
6

CFU

9
6
3
12
6
6
9
6
3
6
6

CFU

6
6
6
6
6
6
6
6



CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN STRATEGIC COMMUNICATION - DUAL DEGREE

IN LINGUA INGLESE

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

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

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

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

PROVA FINALE

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|--------------------------------|---|
| Mind, Media and Modern Culture | 6 |
| Digital Markets | 6 |
| Fashion Communication | 6 |
| Management of Design | 6 |
| Retail & Branded Places Design | 6 |
| Creative Leadership | 6 |

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 Management**.

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

Marketing avanzato

Digital marketing e multicanalità

✓ Marketing digitale

✓ In-store marketing

Società delle reti e pratiche di consumo

Data Analysis

Strategic Management

Analisi competitiva

Ricerche di mercato e etnografia culturale

Business English (esame al II anno)

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

CFU

6

9

6

9

9

9

6

6

2° ANNO

INDIRIZZO BRAND MANAGEMENT

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Identità visiva della marca

Brand & Corporate Communication

Diritto della marca

Business English

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Stage

Fieldwork

CFU

9

6

6

9

6

6

6

PROVA FINALE

12



2° ANNO

INDIRIZZO DIGITAL MARKETING MANAGEMENT

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Strategie e tecniche di marketing digitale

✓ Social Media Strategy

✓ Digital Content Marketing

Communication Strategy e Media Planning

Diritto per l'impresa e la comunicazione digitale

Business English

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Stage

Fieldwork

PROVA FINALE

2° ANNO

INDIRIZZO RETAIL MANAGEMENT

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Retail and Channel Management

In-store Communication

Tutela del consumatore

Business English

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Stage

Fieldwork

PROVA FINALE

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Digital markets

Management of Design

Retail & Branded Places Design

Laboratorio di Trade Marketing

Laboratorio in tecniche di Neuromarketing

Search Engine Advertising & Mobile marketing

CFU

9

6

6

9

6

6

6

12

CFU

9

6

6

9

6

6

6

12

CFU

6

6

6

6

6

6



CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN INTELLIGENZA ARTIFICIALE, IMPRESA E SOCIETÀ

L'Intelligenza Artificiale e l'utilizzo avanzato dei dati stanno ridefinendo radicalmente le logiche e i processi del marketing e della comunicazione aziendale e avranno un impatto sempre più rilevante sulla società in generale. Il nuovo Corso di Laurea Magistrale in Intelligenza Artificiale, Impresa e Società genera laureati con competenze interdisciplinari – umanistiche e tecnologiche - in grado di utilizzare le tecnologie più innovative e l'AI per fare marketing, comunicazione e orientare i processi di cambiamento nelle imprese. Le figure professionali formate, sempre più ricercate, saranno in grado di colmare il divario tra lo sviluppo tecnologico e le sue applicazioni concrete all'interno delle aziende. Il percorso si distingue per la sua interdisciplinarietà e il taglio fortemente applicativo alla realtà imprenditoriale sui temi dell'innovazione tecnologica e il marketing data driven.

I laureati del percorso magistrale in Intelligenza Artificiale, Impresa e Società acquisiranno conoscenze e competenze:

- ✔ aziendali: sul marketing e la comunicazione aziendale supportate dalle tecnologie più avanzate comprese quelle legate al machine learning e all'intelligenza artificiale;
- ✔ statistico metodologiche: apprendendo gli strumenti concettuali e metodologici necessari all'analisi avanzata dei dati sulla cui base orientare le attività di marketing e le decisioni aziendali;
- ✔ tecnologico: diventando in grado di gestire progetti e applicare soluzioni nel campo dei sistemi informatici, tenendo conto delle problematiche commerciali, socio-organizzative e normative;
- ✔ giuridico-sociale: entrando in possesso di competenze sociologiche, comunicative e giuridiche supportate dallo spirito critico (a cui è dedicato un vero e proprio laboratorio) necessari a progettare soluzioni innovative che tengano conto dei profondi cambiamenti della società contemporanea, con un'attenzione particolare alle dimensioni etiche e di sostenibilità dell'innovazione.

Il Corso di Laurea Magistrale in Intelligenza Artificiale, impresa e società prevede attività laboratoriali finalizzate a dare la possibilità agli studenti di progettare o testare soluzioni tecnologiche basate sull'intelligenza artificiale. Fortemente caratterizzanti in questo Corso di Laurea Magistrale sono i laboratori in cui lo studente potrà, secondo la logica del learning by doing, apprendere attraverso la pratica le competenze tecnologiche e le skills necessarie a padroneggiare e orientare l'innovazione nelle aziende.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Corso di Laurea Magistrale in Intelligenza Artificiale, Impresa e Società forma professionisti, oggi sempre più richiesti sul mercato del lavoro, dotati di competenze trasversali funzionali al loro inserimento in settori lavorativi anche molto differenti: Citizen Data Scientist per il Marketing, Data-Driven Decision Maker, Data Analyst, Data Driven Marketing Manager. I laureati potranno esercitare funzioni analitiche e manageriali di elevata responsabilità in imprese private e pubbliche, PMI, Startup, Società di consulenza e servizi, Centri di Ricerca e Pubblica Amministrazione anche a vocazione internazionale.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|-----------|
| Strategic Management & Digital Technology | 6 |
| Fondamenti di Computer Science e gestione dei Big Data | 9 |
| Marketing avanzato e Intelligenza Artificiale | 9 |
| ✔ Marketing avanzato | 6 |
| ✔ AI per il marketing | 3 |
| Statistica e Machine Learning per il Marketing | 12 |
| ✔ Probabilità e statistica per il Marketing | 6 |
| ✔ AI e Machine learning per il Marketing | 6 |
| Scenari socioculturali, normative ed etica della Big Data Society | 12 |
| ✔ Scenari socio-culturali della Big Data Society | 6 |
| ✔ Normativa ed etica per la Big Data Society | 6 |
| AI: Mind and Machines | 6 |
| ✔ Mind and Machines | 6 |
| Un laboratorio a scelta tra: | |
| ✔ Laboratorio di Artificial Intelligence oppure | |
| ✔ Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning | |
| ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA | 6 |

Esame al II anno

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|--|----------|
| Data Mining & Text Analytics | 6 |
| ✔ L'intelligenza aumentata per generare valore da Big Data e testi | |
| Modelli decisionali per il Marketing Data Driven | 9 |
| Digital Advertising | 6 |
| Marketing Automation, Marketing Platform & Analytics | 6 |
| Realtà virtuale e realtà aumentata per il Marketing e l'Advertising | 6 |
| AI: Mind and Machines | 9 |
| ✔ Mind and Machines | 3 |
| Un laboratorio a scelta tra: | |
| ✔ Laboratorio di Artificial Intelligence oppure | 6 |
| ✔ Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning | 6 |
| ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA | 6 |
| Field project/stage | 6 |

PROVA FINALE

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|---|---|
| Architettura dell'informazione e Data Visualization | 6 |
| Laboratorio Certificazioni AI | 6 |
| Search Engine Advertising & Mobile Marketing | 6 |
| Laboratorio di analisi testuale per Social Media | 6 |

CFU

6
6
6
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.

Per rafforzare ulteriormente l'assetto professionalizzante viene dato particolare rilievo all'area curatoriale e digitale della formazione, lasciando allo studente l'opportunità della scelta di specializzazione.

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 (tra le quali il 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 digitali; Mediazione artistica e culturale.

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

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

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

| | |
|---|-----------|
| Curatorial Studies | 12 |
| ✔ Storia e teoria delle mostre contemporanee | 6 |
| ✔ Art direction di eventi artistici e culturali | 6 |
| Filosofia dell'arte | 6 |
| Digital media Curatorship | 12 |
| ✔ Social media Communication | 6 |
| ✔ Art e e web | 6 |
| Laboratorio di progettazione, produzione e comunicazione artistica e culturale | 12 |
| ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA | 12 |

PROVA FINALE

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

| | |
|---|---|
| Allestimenti di mostre e di eventi | 6 |
| Didattica dell'arte | 6 |
| Informatica per l'arte | 6 |
| Gestione delle imprese e delle organizzazioni culturali | 6 |
| Ufficio stampa per l'arte | 6 |



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

IN LINGUA INGLESE

IN COLLABORAZIONE CON: UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA (STATI UNITI)

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 e 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, completamente in lingua inglese. Il primo si svolge presso l'Università IULM. Il secondo prevede di scegliere tra tre diversi indirizzi di specializzazione, due in IULM e uno negli Stati Uniti presso la University of Central Florida (con conseguimento del doppio titolo di laurea).

Indirizzo in Sustainable Destinations Management and Communication (Università IULM):

- ▼ Gli studenti ottengono il titolo di laurea magistrale. L'indirizzo mira a trasferire conoscenze teorico-metodologiche e competenze applicative per la valorizzazione dei territori, l'innovazione dell'offerta e la gestione turistica sostenibile delle destinazioni. 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 Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries (Università IULM):

- ▼ Gli studenti ottengono il titolo di laurea magistrale. L'indirizzo mira a trasferire conoscenze teorico-metodologiche e competenze applicative per (i) sfruttare le potenzialità delle nuove tecnologie digitali e dei big data per la personalizzazione dei servizi e l'innovazione della customer experience e (ii) ottimizzare le decisioni e le performance aziendali attraverso un uso strategico dei dati. 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 (University of Central Florida)

- ▼ Secondo anno a **Orlando (Stati Uniti)**, presso il **Rosen College of Hospitality Management** centro di eccellenza al 1° posto negli USA e a 2° a livello internazionale nello ShanghaiRankings delle 500 migliori università del mondo per programmi di ospitalità e turismo. 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.

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.

SBOCCHI PROFESSIONALI

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

PIANO DEGLI STUDI CONSIGLIATO

1° ANNO - Università IULM

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

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

2° ANNO - Università IULM

PERCORSO COMUNE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

E-Tourism Technology and Digital Marketing

- ✓ E-Tourism Technology, Methods and Big Data
- ✓ ICT and Digital Marketing for the Tourism Industry

Communications Skills for Innovation

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Field Project/Stage

PROVA FINALE

CFU

12

6

6

6

9

3

12

INDIRIZZO SUSTAINABLE DESTINATIONS MANAGEMENT AND COMMUNICATION

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Strategy Design for Sustainable Destinations

Creativity and Design of Tourism Policies

- ✓ New Travel Trends
- ✓ Geography of Tourism Policies and Innovation

CFU

6

12

6

6

INDIRIZZO DIGITAL TECHNOLOGIES AND DATA FOR TOURISM AND CREATIVE INDUSTRIES

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Customer Experience Design through Data and Technology

Optimization in Decision Making

CFU

9

9

2° ANNO - University of Central Florida (UCF)

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Data Analysis in Hospitality and Tourism Research

Hospitality and Tourism Strategic Issues

Feasibility Studies for the Hospitality/Tourism Enterprises

Communication Skills

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Field Project/Stage

PROVA FINALE

CFU

9

6

12

9

9

3

12



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.iulm.it/it/iulm/ateneo/iulm-communication-school/iulm-communication-school

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 Art, Design, Food and Tourism, Brand Communication and Sales Management, Media, Languages and Cinema, Social Media and Digital Transformation 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 all'estero 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 approfondirne la conoscenza e acquisirne strumenti operativi di management attraverso una significativa base teorica.

- ▼ Arti del Racconto. Letteratura, cinema, televisione
- ▼ Comunicazione per le Relazioni Internazionali (MICRI), (italiano e inglese)
- ▼ Editoria e Produzione Musicale
- ▼ Food & Wine Communication (con Gambero Rosso)
- ▼ Food Design and Innovation (con Scuola Politecnica di Design) (in inglese);
- ▼ Game Design (online)
- ▼ Giornalismo (biennale)
- ▼ International Tourism and Hospitality MITH (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

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
- ✓ Data Analysis for Marketing
- ✓ Doppiaggio, Adattamento e Traduzione di Opere Cinetelevisive
- ✓ 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
- ✓ Il Cinema e Le Serie sulle Piattaforme Audiovisive: Produzione, Comunicazione e Programmazione, (in collaborazione con SKY)
- ✓ Diplomacy, Leadership and Global Challenges

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 all'estero. 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, Parigi, 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
- ✔ Suggestioni 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

Lungo il percorso 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 significhi 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 - Tel. 02 89 141 2200

UFFICIO TASSE, CONTRIBUTI E DIRITTO ALLO STUDIO

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

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

Per informazioni: dirittoallostudio@iulm.it - Tel. 02 89 141 2851 / 2816 / 2635

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 2020/2021 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.

Agevolazioni per studenti internazionali

Gli studenti internazionali, ovvero il cui nucleo familiare risiede e produca redditi e patrimoni all'estero, possono beneficiare di aiuti finanziari dedicati (esoneri su tasse e contributi, borse di studio) sulla base del merito e/o della situazione economica.

Per far fronte alle necessità di alloggio, inoltre, sono disponibili alcuni posti a tariffa agevolata nelle Residenze Universitarie.

Per ulteriori informazioni, contatta admission@iulm.it.



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 - dall'estero +39 02891412590 - 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 & Café

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

Per garantire un buon rapporto numerico e qualitativo docente – studente, fondamentale per la crescita dell'allievo, l'Università IULM ha da lungo tempo applicato la strategia del numero programmato. I posti programmati per l'a.a. 2021/2022 sono i seguenti:

Iscrizione ai Corsi di Laurea Triennale

| | |
|--|------------------|
| ✓ Arti, spettacolo, eventi culturali | 250 posti |
| ✓ Moda e industrie creative | 250 posti |
| ✓ Turismo, management e cultura | 240 posti |
| ✓ Interpretariato e comunicazione | 250 posti |
| ✓ Comunicazione, media e pubblicità | 530 posti |
| ✓ Comunicazione d'impresa e Relazioni pubbliche | 540 posti |
| ✓ Corporate communication and Public relations (in inglese) | 200 posti |

Anche per l'a.a. 2021/22 per accedere 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 (Corporate communication and Public relations) 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, detraibile dalla tassa d'iscrizione in caso di conferma dell'immatricolazione. Nessun rimborso sarà dovuto in caso di mancata conferma dell'immatricolazione.

Iscrizione ai Corsi di Laurea Magistrale

Al fine di garantire un buon rapporto numerico e qualitativo docente - studente, fondamentale per la crescita dell'allievo, l'Università IULM ha da lungo tempo applicato la strategia del numero programmato.

I posti programmati per i Corsi di Laurea Magistrale per l'a.a. 2021/2022 sono i seguenti:

| | |
|---|------------------|
| ✓ Arte, valorizzazione e mercato | 100 posti |
| ✓ Hospitality and Tourism Management | 100 posti |
| ✓ Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza | 100 posti |
| ✓ Marketing, consumi e comunicazione | 180 posti |
| ✓ Televisione, cinema e new media | 100 posti |
| ✓ Strategic Communication | 100 posti |
| ✓ Intelligenza artificiale, impresa e società | 65 posti |

Possono richiedere l'ammissione ai Corsi di Laurea Magistrale:

- ✓ gli studenti in possesso del Diploma di Laurea;
- ✓ gli studenti iscritti a un corso di laurea triennale che prevedono di laurearsi entro e non oltre il 31 dicembre 2021 (in una sessione dell'a.a. 2020/2021).

La domanda di iscrizione al test viene presentata tramite i Servizi online e comporta il versamento di una tassa pari a 120 Euro, detraibile dalla tassa d'iscrizione in caso di conferma dell'immatricolazione. Nessun rimborso sarà dovuto in caso di mancata conferma dell'immatricolazione.

Le prove di ammissione si svolgeranno in più sessioni 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.

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.

TASSE E CONTRIBUTI PER IMMATRICOLATI A.A. 2021/2022

Per l'a.a. 2021/2022 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 2021/2022 è disponibile sul sito di Ateneo www.iulm.it. Il pagamento delle tasse è ripartito in tre rate: la prima versata all'atto dell'immatricolazione, la seconda entro il 13 dicembre 2021 e la terza entro il 31 marzo 2022.

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

Per gli studenti lavoratori

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

LAUREE TRIENNALI

| | I Fascia fino a 13.000 | II Fascia 13.001 / 23.000 | III Fascia 23.001 / 33.000 | IV Fascia 33.001 / 43.000 | V Fascia più di 43.000 |
|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| I rata - all'atto dell'iscrizione | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2021 | 1.400,00 | 2.200,00 | 3.000,00 | 3.800,00 | 4.600,00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2022 | 500,00 | 925,00 | 1.350,00 | 1.775,00 | 2.200,00 |
| Tot. complessivo | 3.500,00 | 4.725,00 | 5.950,00 | 7.175,00 | 8.400,00 |

LAUREE MAGISTRALI

| | I Fascia fino a 13.000 | II Fascia 13.001 / 23.000 | III Fascia 23.001 / 33.000 | IV Fascia 33.001 / 43.000 | V Fascia più di 43.000 |
|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| I rata - all'atto dell'iscrizione | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2021 | 1.700,00 | 2.600,00 | 3.500,00 | 4.400,00 | 5.300,00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2022 | 700,00 | 1.150,00 | 1.600,00 | 2.050,00 | 2.500,00 |
| Tot. complessivo | 4.400,00 | 5.750,00 | 7.100,00 | 8.450,00 | 9.800,00 |

Per gli studenti internazionali

Per gli studenti di nazionalità estera, appartenenti all'Unione Europea ed extra-comunitari, e agli studenti di cittadinanza italiana o doppia cittadinanza, il cui nucleo familiare risiede all'estero ove produca redditi e patrimoni, che si immatricolano a un Corso di laurea o di laurea magistrale, è prevista un'unica fascia contributiva.

Gli studenti internazionali possono beneficiare di sostegni economici dedicati per supportare la propria carriera accademica.

LAUREE TRIENNALI

| | |
|-------------------------------------|-----------------|
| I rata - all'atto dell'iscrizione | 1,600.00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2021 | 4,600.00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2022 | 2,200.00 |
| Tot. complessivo | 8,400.00 |

LAUREE MAGISTRALI

| | |
|-------------------------------------|-----------------|
| I rata - all'atto dell'iscrizione | 2,000.00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2021 | 5,300.00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2022 | 2,500.00 |
| Tot. complessivo | 9,800.00 |

ALIULM: JOIN THE NETWORK

UN LAUREATO IULM LO È PER SEMPRE.

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

ALIULM è l'Associazione Laureati dell'Università IULM.

Un'istituzione fortemente voluta dall'Ateneo 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.

I laureati IULM, al cuore della comunicazione dal 1968.



ALIULM

associazione laureati

Università IULM

via Carlo Bo 1 - Milano

MM2 Romolo



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



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 - dall'estero +39 02891412590

infopoint@iulm.it

www.iulm.it