



università
iulm

**Guida introduttiva
ai corsi di laurea
triennale e magistrale**

anno accademico
2024 - 2025

I'm
IULM



**università
iulm**



indice

| | |
|--|-----------|
| Contemporary learning | 4 |
| IULM fa di te un forward thinker oggi e in futuro | 6 |
| Percorsi di studio | 7 |
| Il futuro inizia qui | 8 |
| Corsi di laurea triennale | 9 |
| Interpretariato e comunicazione | 10 |
| Lingue, cultura e comunicazione digitale | 12 |
| Comunicazione, media e pubblicità | 14 |
| Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche | 16 |
| Arti ed eventi culturali | 18 |
| Moda e industrie creative | 20 |
| Turismo, management e cultura | 24 |
| Corsi di laurea magistrale | 27 |
| Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza | 28 |
| Intelligenza Artificiale, impresa e società | 32 |
| Marketing, consumi e comunicazione | 34 |
| Strategic Communication | 38 |
| Televisione, cinema e new media | 40 |
| Arte, valorizzazione e mercato | 44 |
| Fashion Communication and Luxury Strategies | 46 |
| Hospitality and Tourism Management | 48 |
| Master ed Executive Education | 51 |
| IULM Communication School | 52 |
| 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 | 59 |
| IULM International | 61 |
| Vivere alla IULM vivere la IULM | 62 |
| Iscrizione ai corsi | 64 |
| Tasse e contributi per immatricolati a.a. 2024/25 | 66 |
| IULM Alumni | 68 |

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 2023, infatti, a un anno dalla laurea il 68,3%* dei laureati triennali e il 79,2% 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 93,8%.

*Dato ricavato isolando i laureati triennali IULM che, dopo il titolo, non si sono mai iscritti a un corso di laurea di secondo livello (55,7%).

1 Campus all'avanguardia

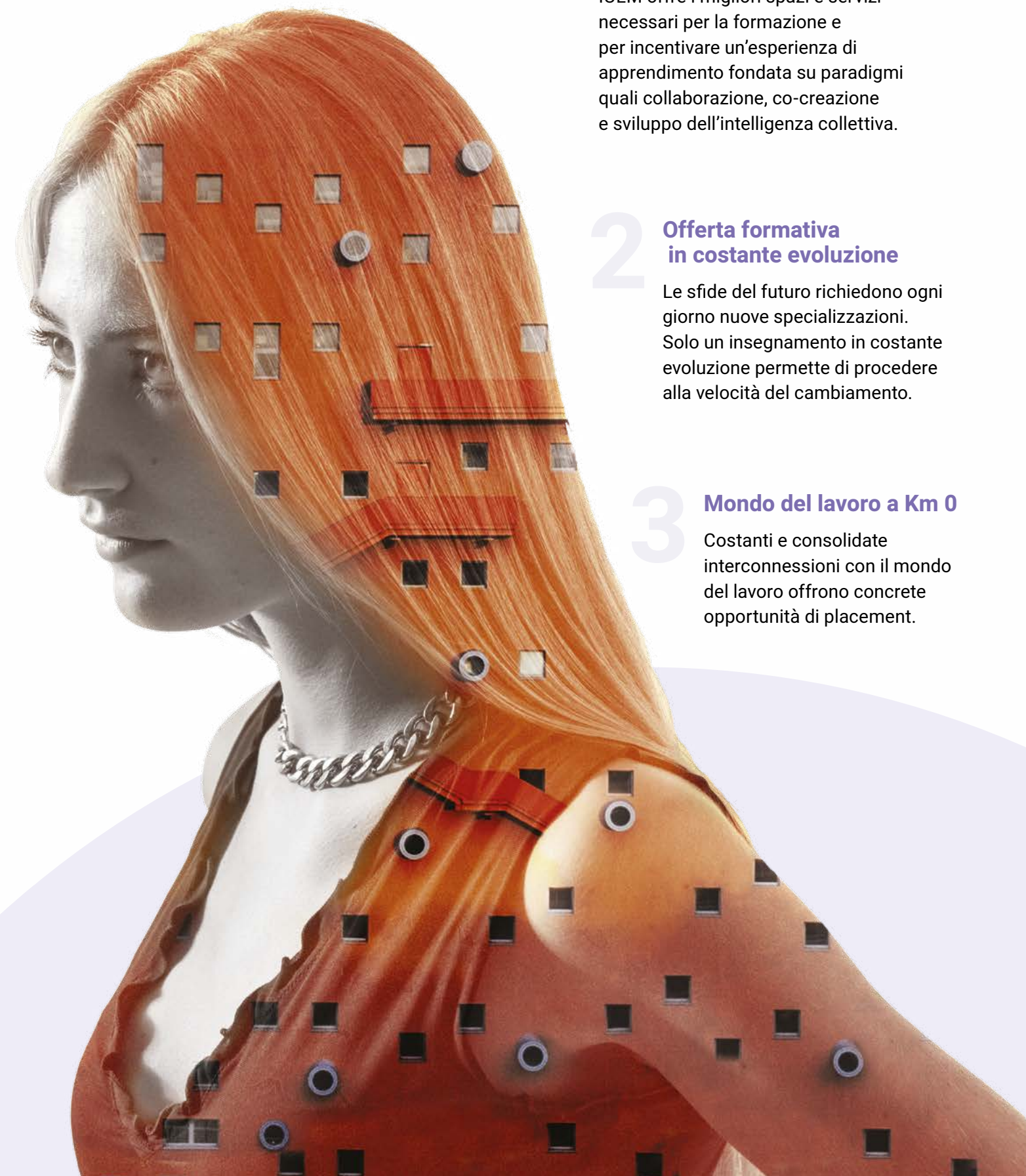
Moderno e funzionale, il Campus IULM offre i migliori spazi e servizi necessari per la formazione e per incentivare un'esperienza di apprendimento fondata su paradigmi quali collaborazione, co-creazione e sviluppo dell'intelligenza collettiva.

2 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.

3 Mondo del lavoro a Km 0

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



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 quello di 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 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 futuri professionisti al mondo che cambia.

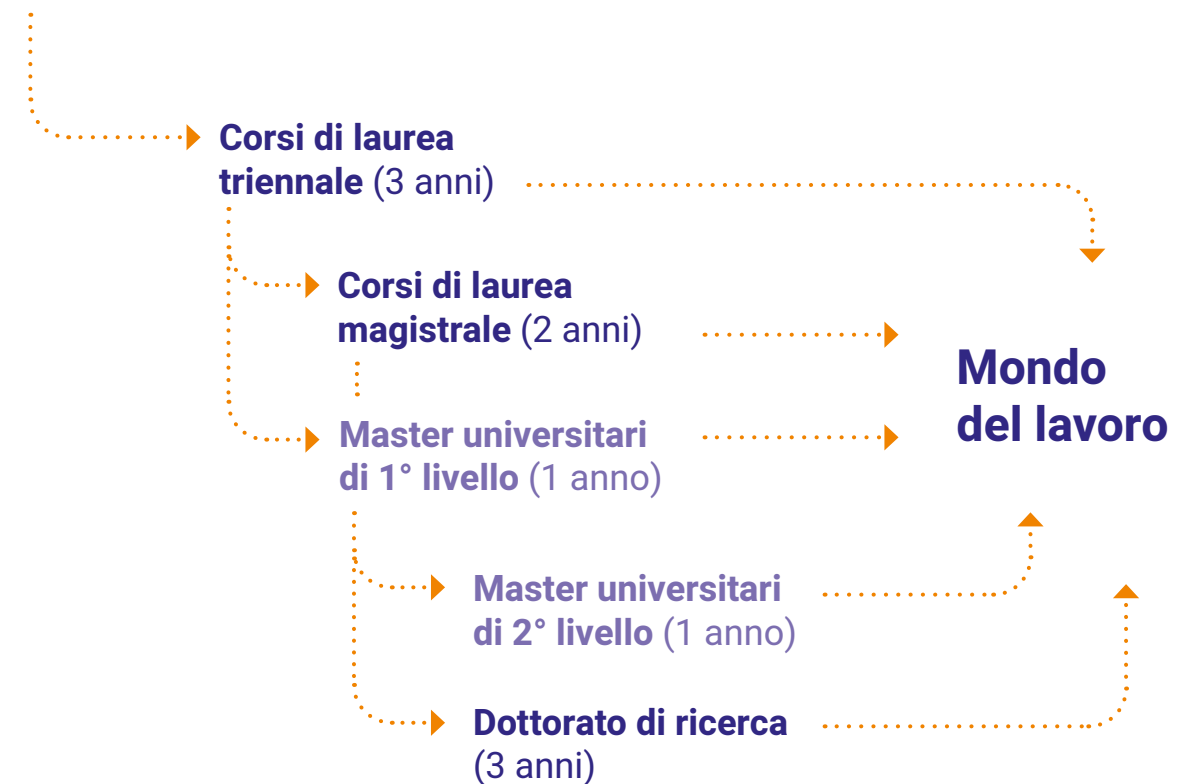
Percorsi di studio

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 una laurea magistrale, un master universitario, specialistico o executive.

7 corsi di laurea triennale, 8 corsi di laurea magistrale, 30+ master universitari, specialistici ed executive.

Scuola secondaria di secondo grado



Il futuro inizia qui

Scopri l'offerta formativa triennale e magistrale

Facoltà di Interpretariato e traduzione

- Laurea triennale:**
- Interpretariato e comunicazione
 - Lingue, cultura e comunicazione digitale
- 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 (in italiano e inglese) - Dual Degree
- Laurea magistrale:**
- Televisione, cinema e new media - Dual Degree
 - Cinema e nuove tecnologie
 - Televisione e cross media
 - New media, musica e racconti digitali
 - Strategic Communication (in inglese) - Dual Degree
 - Corporate and Marketing Communication
 - Sustainability Communication
 - Marketing, consumi e comunicazione (in italiano e inglese*)
 - Retail Management
 - Brand Management
 - Digital Marketing Management
 - Intelligenza Artificiale, impresa e società

Facoltà di Arti e turismo

- Laurea triennale:**
- Arti ed eventi culturali
 - Moda e industrie creative
 - Moda
 - Industrie creative e design
 - Turismo, management e cultura
 - Comunicazione del turismo
 - Management e organizzazione del turismo
- Laurea magistrale:**
- Arte, valorizzazione e mercato
 - Hospitality and Tourism Management (in inglese) - Dual Degree
 - Sustainable Destinations Management and Communication
 - Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries
 - Hospitality and Tourism Management
 - Fashion Communication and Luxury Strategies** (in inglese)
 - Global Trends
 - Luxury Strategies

Corsi di laurea triennale

Facoltà di Interpretariato e traduzione

- Interpretariato e comunicazione
- Lingue, cultura e comunicazione digitale

Facoltà di Comunicazione

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

Facoltà di Arti e turismo

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

corso di laurea triennale

Interpretariato e comunicazione

Il Corso di Laurea 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. L'insegnamento linguistico, di tipo laboratoriale, viene impartito in piccole classi, composte da un massimo di 25 studenti, come impone la strategia didattica più efficace 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 a 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.

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 Mediatore Culturale in molteplici settori pubblici e privati e all'interno di Istituzioni ed Enti in cui potrà ricoprire ruoli per i quali sia richiesto l'uso delle lingue; all'interno di aziende in qualità di: External Relations Officer, Communication Specialist; nell'ambito dell'Import-export come: Executive Assistant, Spokesperson; all'interno di Press Office e Media Relations: come Media Account, Buyer, Sales Specialist, International Customer Relations, International Affairs.

Il corso è inoltre propedeutico alla Laurea Magistrale in Traduzione specialistica e Interpretariato di conferenza.

Piano degli studi consigliato

1° anno

| attività formative vincolate | cfu | laboratori vincolati | cfu |
|--|-----------|---|-----------|
| Lingua e letteratura italiana | 12 | Laboratorio di lingua inglese I | 12 |
| Lingua e cultura italiana (con laboratorio di scrittura)..... | 6 | Mediazione linguistica scritta: lingua inglese I..... | 6 |
| Letteratura italiana contemporanea..... | 6 | Mediazione linguistica orale: lingua inglese I..... | 6 |
| Linguistica generale | 6 | Laboratorio di seconda lingua straniera I | 12 |
| Teoria e prassi della traduzione e della mediazione linguistica | 6 | Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera I..... | 6 |
| Antropologia culturale | 6 | Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera I..... | 6 |
| | | Laboratorio di strumenti informatici per la traduzione e l'interpretariato | 6 |

2° anno

| attività formative vincolate | cfu | laboratori vincolati | cfu |
|---|-----------|--|-----------|
| Cultura, letteratura e storia della lingua inglese | 12 | Laboratorio di lingua inglese II | 12 |
| Storia della cultura e della lingua inglese..... | 6 | Mediazione linguistica scritta: lingua inglese II..... | 6 |
| Letteratura inglese..... | 6 | Mediazione linguistica orale: lingua inglese II..... | 6 |
| Cultura, letteratura e storia della seconda lingua | 12 | Laboratorio di seconda lingua straniera II | 12 |
| Storia della cultura e della lingua della seconda lingua..... | 6 | Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera II..... | 6 |
| Letteratura della seconda lingua..... | 6 | Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera II..... | 6 |
| Storia contemporanea | 6 | attività formative a scelta | 6 |

3° anno

| attività formative vincolate | cfu | laboratori vincolati | cfu |
|--|----------|---|-----------|
| Letterature comparate | 6 | Laboratorio di lingua inglese III | 12 |
| Organizzazione internazionale | 6 | Mediazione linguistica scritta: lingua inglese III..... | 6 |
| Economia delle aziende e dei mercati internazionali | 6 | Mediazione linguistica orale: lingua inglese III..... | 6 |
| Psicologia della comunicazione | 6 | Laboratorio di seconda lingua straniera III | 12 |
| | | Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera III..... | 6 |
| | | Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera III..... | 6 |
| | | attività formative a scelta | 6 |

prova finale

| tra le attività formative a scelta | cfu |
|--|----------|
| Lingue e culture nordiche I e II | 6 |
| Mediazione linguistica (simultanea). Lingue: inglese, francese, tedesco e spagnolo I e II | 6 |
| Le lingue dell'impresa | 3 |
| Linguistica applicata | 3 |

Le lezioni dei laboratori di lingua professionalizzanti si svolgono presso l'Istituto di Alti Studi SSML Carlo Bo, ente riconosciuto per la didattica delle lingue nell'ambito della mediazione, dell'interpretariato e della traduzione.

corso di laurea triennale

Lingue, cultura e comunicazione digitale

Il Corso di Laurea in Lingue, cultura e comunicazione digitale è un percorso di nuova concezione, progettato insieme al mondo dell'impresa e nato dall'osservazione dell'evoluzione che la svolta digitale sta imprimendo alla produzione e alla diffusione del sapere. Al suo interno, le discipline tradizionali legate alla **cultura umanistica** e la conoscenza delle **lingue straniere** forniscono la base imprescindibile su cui poggiano gli **strumenti del digitale** pensati per la trasmissione e la comunicazione del sapere. Il Corso prepara lo studente sia sul versante umanistico-linguistico sia sul versante informatico-digitale: nel piano degli studi convergono infatti le discipline legate alla cultura umanistica, lo studio delle lingue straniere e i laboratori di progettazione digitale che forniscono le competenze per l'utilizzo e la gestione di tecniche e strumenti di comunicazione digitale. La struttura del corso è stata pensata con l'intento di assicurare il miglior bilanciamento fra le discipline, che prevedono una componente di didattica frontale a cui si sommano attività laboratoriali e workshop: alla didattica frontale, con forte interazione del dialogo studenti/docenti, è delegata la trasmissione dei contenuti culturali di area umanistica; i laboratori saranno destinati all'insegnamento linguistico, impartito a piccoli gruppi; sempre di tipo laboratoriale saranno gli insegnamenti relativi all'area digitale, che consentiranno di acquisire conoscenze teoriche e competenze pratiche nell'ambito del Graphic Design, della progettazione di ambienti virtuali (immersivi e no), oltre alla creazione, gestione e utilizzo di file e formati multimediali. Stretti contatti con il mondo aziendale consentono di sviluppare progetti di ricerca o di approfondimento in sinergia con le aziende. La preparazione acquisita permetterà ai laureati di inserirsi in tutte quelle attività professionali per le quali sono necessarie solide conoscenze delle lingue straniere e della cultura umanistica e competenze nell'uso degli strumenti digitali, necessari per costruire le basi di una cultura digitale protagonista dei processi di trasformazione che oggi integrano il mondo dell'industria, del commercio, della produzione. Al contempo, il percorso consentirà allo studente di acquisire una solida base di conoscenze necessarie per affrontare una Laurea magistrale nell'area delle Digital Humanities, in quella delle Lingue e letterature straniere o in un'area più specificamente dedicata alla Comunicazione digitale.

Sbocchi professionali

I laureati del Corso di Laurea in Lingue, cultura e comunicazione digitale potranno svolgere attività professionali negli uffici stampa, nelle diverse strutture dell'industria, nell'editoria, nelle agenzie di pubblicità, presso gli enti del Terzo Settore, in enti e istituti culturali (musei, biblioteche e archivi) e fondazioni. All'interno di tali ambiti, svolgeranno compiti di mediazione linguistica e entreranno nei processi di produzione, gestione e comunicazione di contenuti nei quali la dimensione digitale si coniuga con quella linguistica.

piano degli studi consigliato

1° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|--|----------|
| Letteratura e linguaggi narrativi I - Inglese | 6 |
| Letteratura e linguaggi narrativi I - Francese/ Spagnolo/Tedesco | 6 |
| Filosofia della globalizzazione | 6 |
| Laboratorio di scrittura in lingua italiana | 6 |
| Lingua inglese I | 9 |
| Lingua francese/spagnola/tedesca I | 9 |
| Storia contemporanea e altri linguaggi | 6 |
| Laboratorio di progettazione digitale I | 9 |
| Introduzione alle Digital Humanities | 3 |
| Editoria, libri e riviste digitali | 6 |
| attività formative a scelta | 3 |

2° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|--|----------|
| Linguistica per la comunicazione digitale | 12 |
| Linguistica computazionale | 6 |
| Strategie di lettura, apprendimento e metacognizione | 6 |
| Letteratura e linguaggi narrativi II - Inglese | 6 |
| Letteratura e linguaggi narrativi II - Francese/Spagnolo/Tedesco | 6 |
| Letteratura e linguaggi narrativi - Italiano | 6 |
| Lingua inglese II | 9 |
| Lingua francese/spagnola/tedesca II | 9 |
| Laboratorio di progettazione digitale II | 9 |
| Archivi e risorse digitali | 3 |
| Cultura digitale: mostre digitali e percorsi culturali | 6 |
| attività formative a scelta | 3 |

3° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|--|----------|
| Lingua inglese III | 9 |
| Lingua francese/spagnola/tedesca III | 9 |
| Letteratura, narrazioni e sistemi digitali | 12 |
| Letteratura e nuove narrazioni | 6 |
| Comunicazione digitale e società | 6 |
| Digital workshop | 12 |
| Metodi, tecniche e strumenti di comunicazione digitale | 6 |
| Laboratorio di narrazione multimediale | 6 |
| Strategie comunicative dei nuovi media | 6 |
| attività formative a scelta | 6 |
| prova finale | 6 |

corso di laurea triennale

Comunicazione, media e pubblicità

Il Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità propone un progetto formativo solido e allo stesso tempo flessibile, capace di aderire alla complessità e al dinamismo del mondo professionale dei media e dello spettacolo, che rappresenta tuttora il primo comparto al mondo per investimenti, profitti e possibilità occupazionali.

Gli studenti vengono sollecitati a sviluppare e nutrire le proprie capacità creative attraverso lo studio approfondito dei linguaggi dei media tradizionali e digitali (televisione, cinema, stampa, pubblicità, radio, teatro, piattaforme, digital and social media), e a una ricca e diversificata pratica laboratoriale, attenta alla costante evoluzione del mercato e delle professioni.

“Sapere” e “saper fare” costituiscono i due poli attorno ai quali si articola un percorso didattico dinamico e stimolante, volto a sollecitare e consolidare lo spirito critico, l’apertura mentale e l’intelligenza creativa: caratteristiche sempre più richieste oggi dal mercato delle industrie creative, dello spettacolo e della comunicazione digitale.

La didattica si basa sulla complementarietà tra gli strumenti del pensiero critico e creativo, forniti dalla solida componente teorica del piano degli studi, e le competenze tecniche e professionalizzanti fornite da una intensa attività laboratoriale; quest’ultima è prevista non solo nei numerosi insegnamenti opzionali, ma anche nell’offerta dei corsi vincolati, e coinvolge nella docenza noti professionisti della comunicazione, della pubblicità e dei media tradizionali e digitali.

Sbocchi professionali

Il Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità permette ai laureati di inserirsi nel composito mondo professionale delle industrie creative, preparandoli alla creazione e gestione di contenuti per i media digitali e per la pubblicità; all’organizzazione della produzione di contenuti radiotelevisivi, cinematografici e teatrali; all’organizzazione e gestione di eventi culturali e di spettacoli dal vivo.

I laureati potranno ricoprire ruoli quali: assistente di redazione e di produzione radiofonica, televisiva, cinematografica; redattore e collaboratore ai testi; autore junior radiofonico e televisivo; videomaker; assistente alla regia; social and digital manager per le imprese creative e i media tradizionali e digitali; collaboratore all’organizzazione di eventi culturali e di spettacoli dal vivo per il teatro, il cinema e la musica; ufficio stampa, per la televisione, il cinema, la radio, il teatro, la musica, le piattaforme e le istituzioni pubbliche.

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 medialti | 6 |
| Professional English I | 6 |

2° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| 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: | |
| Analisi dei programmi televisivi..... | 3 |
| Analisi dei pubblici e degli 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 | cfu |
|---|-----|
| Linguaggi del giornalismo | 9 |
| Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico..... | 6 |
| Un insegnamento a scelta tra: | |
| Reportage televisivo..... | 3 |
| Raccontare la cronaca nel web..... | 3 |
| Letteratura e media | 9 |
| Narrazioni dell’era digitale..... | 6 |
| Un insegnamento a scelta tra: | |
| Le pratiche dell’adattamento..... | 3 |
| Gli immaginari dell’intermedialità..... | 3 |
| Un insegnamento a scelta tra | 6 |
| Laboratorio di musica per i media | |
| Laboratorio di creatività pubblicitaria | |
| 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 | cfu |
| Comunicazione del design | 6 |
| Comunicazione della moda | 6 |
| Comunicazione sportiva | 6 |
| Comunicazione, mass media e crimine | 6 |
| Critical Thinking | 6 |
| Culture visuali dell’Asia: cinema, fumetti, serie TV | 6 |
| Dall’io al noi: la narrazione autobiografica come tecnica di comunicazione | 6 |
| Forme e pratiche della critica musicale | 6 |
| Il colore nei media | 6 |
| Il marketing con i media digitali | 6 |
| Laboratorio di copywriting | 6 |
| Laboratorio di giornalismo | 6 |
| Laboratorio di regia pubblicitaria | 6 |
| Laboratorio di regia teatrale | 6 |
| Laboratorio di scrittura creativa | 6 |
| Laboratorio di ufficio stampa e media relations | 6 |
| Organizzazione e gestione degli eventi culturali | 6 |
| Poesia, canzone e rap | 6 |
| Racconti d’animazione | 6 |
| Storia del cinema italiano | 6 |
| Storia e teoria della fotografia | 6 |
| TV: modelli e professioni | 6 |

corso di laurea triennale

Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche

Il Corso di Laurea 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 di 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 e di uso dell'Intelligenza Artificiale necessarie nell'attuale contesto della comunicazione;
- padronanza delle lingue straniere e competenze interculturali per fronteggiare l'internazionalizzazione 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 Corso avranno l'opportunità di conseguire un Dual Degree presso la Dublin Business School (Dublino, Irlanda) oppure alla Royal Roads University (Victoria, British Columbia, Canada).

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

Sbocchi professionali

Il Corso di Laurea forma laureati in grado di lavorare nelle aree della comunicazione di marketing e corporate in settori diversi come 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 | | year 1 English curriculum | |
|---|------------|--|------------|
| attività formative vincolate | cfu | attività formative vincolate | cfu |
| Comunicazione d'impresa..... | 9 | Corporate Communication..... | 9 |
| Economia aziendale..... | 9 | Management..... | 9 |
| Linguaggi della pubblicità..... | 6 | Advertising..... | 6 |
| Semiotica..... | 6 | Semiotics..... | 6 |
| Sistemi informativi e trend digitali..... | 6 | Information Systems and Digital Trends..... | 6 |
| Sociologia generale..... | 6 | Sociology..... | 6 |
| Sociologia dei media..... | 9 | Sociology of Media..... | 9 |
| Professional English I..... | 6 | Professional English III..... | 6 |
| 2° anno | | year 2 English curriculum | |
| attività formative vincolate | cfu | attività formative vincolate | cfu |
| Psicologia dei consumi e neuromarketing..... | 9 | Consumer Psychology and Neuromarketing..... | 9 |
| Marketing..... | 9 | Marketing..... | 9 |
| Statistica e ricerche di mercato..... | 9 | Statistics and Market Research..... | 9 |
| Sociologia dei consumi e cultura d'impresa..... | 6 | Sociology of Consumption and Corporate Culture..... | 6 |
| Laboratorio di scrittura professionale..... | 6 | Professional Writing workshop..... | 6 |
| Professional English II..... | 6 | Professional English IV..... | 6 |
| Lingua e cultura seconda lingua straniera..... | 6 | French/Spanish/German/Russian/Chinese/Italian language and culture..... | 6 |
| attività formative a scelta | 12 | attività formative a scelta | 12 |
| 3° anno | | year 3 English curriculum | |
| attività formative vincolate | cfu | attività formative vincolate | cfu |
| Economia politica..... | 9 | Economics..... | 9 |
| Istituzioni di diritto pubblico e privato..... | 6 | Introduction to Public and Private Law..... | 6 |
| Laboratorio di Comunicazione pubblica e Public Branding..... | 6 | Communication Management in Public Sector workshop..... | 6 |
| Laboratorio di Relazioni pubbliche..... | 6 | Public Relations workshop..... | 6 |
| Organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane..... | 6 | Organization Theories & HR Management..... | 6 |
| Laboratorio di creatività..... | 9 | Creativity Workshop..... | 9 |
| Uno a scelta tra: Creatività e progettazione Tecniche di creatività pubblicitaria | | A choice between: Creativity and Design Creativity and Advertising | |
| Professional English III..... | 6 | Public Speaking..... | 6 |
| attività formative a scelta | 6 | attività formative a scelta | 6 |
| prova finale | 6 | graduation project | 6 |
| tra le attività formative a scelta | cfu | tra le attività formative a scelta | cfu |
| Comunicazione sociale..... | 6 | Artificial Intelligence and Corporate Communication..... | 6 |
| Comunicazione del settore non profit..... | 6 | Business Strategy..... | 6 |
| Gestione degli eventi aziendali e sponsorizzazioni..... | 6 | Diversity, Equity and Inclusion..... | 6 |
| Laboratorio di scrittura per web e social media..... | 6 | Event Management and Sponsorship..... | 6 |
| Sociologia della moda..... | 6 | Influencer Marketing Strategies..... | 6 |
| Social media management per la comunicazione d'impresa..... | 6 | Marketing & Sales..... | 6 |
| Laboratorio di Public speaking..... | 6 | Retail Marketing Innovation..... | 6 |
| Laboratorio di Graphic Design..... | 6 | Social Media Management for Corporate Communication..... | 6 |

corso di laurea triennale

Arti ed eventi culturali

Il Corso di Laurea in Arti ed eventi culturali fornisce le competenze di base per operare nel panorama delle professioni culturali, nel sistema delle arti e degli eventi culturali. 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 grandissimo potenziale e dà luogo a un numero crescente di occupati. Rispondendo a queste esigenze il Corso di Laurea in Arti ed eventi culturali è organizzato intorno a due assi, l'asse storico-critico dei linguaggi delle arti e l'asse operativo-gestionale, ai quali corrispondono rispettivamente l'acquisizione delle conoscenze e delle competenze necessarie ad analizzare, costruire e comunicare prodotti e contenuti specifici per le arti, organizzare e gestire attività ed eventi culturali.

La varietà degli insegnamenti proposti, tra cui Storia dell'arte medievale, moderna e contemporanea, Comunicazione degli eventi culturali, Laboratorio di comunicazione digitale per le arti, Moda ed eventi, Economia della cultura e dell'arte, Laboratorio di teoria e tecnica della fotografia, spazia dalle arti alle scienze sociali, dai linguaggi tradizionali a quelli digitali specifici per le discipline trattate, dal marketing e management degli eventi al sistema dello spettacolo. Articolato in didattica frontale, tenuta da docenti interni, artisti e professionisti attivi in settori emergenti, workshop ed esperienze "sul campo", il piano di studi 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 quella con il MIA FAIR, e dall'offerta di numerose esperienze professionalizzanti.

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: editor di contenuti per l'arte e la cultura; mediatore artistico e culturale; organizzatore di attività ed eventi culturali; addetto alla pianificazione culturale; esperto in comunicazione e marketing delle attività culturali; imprenditore culturale.

piano degli studi consigliato

1° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Storia dell'arte medievale | 6 |
| Arti visive contemporanee | 12 |
| Storia dell'arte contemporanea | 6 |
| Arte e media | 6 |
| Laboratorio di comunicazione digitale per le arti | 6 |
| Comunicazione degli eventi culturali | 6 |
| Giornalismo culturale | |
| Media relations | |
| Marketing e management degli eventi | 6 |
| Marketing per l'arte e la cultura | |
| Project management degli eventi e dei festival | |
| Moda ed eventi | 12 |
| Moda e arte | 6 |
| Sociologia degli eventi | 6 |
| Professional English I | 6 |
| attività formative a scelta | 6 |

2° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Il sistema dello spettacolo | 12 |
| Teatro e arte | 6 |
| Produzione e organizzazione della musica contemporanea | |
| Laboratorio di creazione dei progetti culturali | 6 |
| Storia dell'arte moderna | 6 |
| Economia della cultura e dell'arte | 6 |
| Storia contemporanea | 6 |
| Storia contemporanea | |
| Italia contemporanea | |
| Comunicare l'arte | 6 |
| Diritto delle attività culturali | 6 |
| Professional English II | 6 |
| Lingua e cultura della Seconda lingua straniera | 6 |
| attività formative a scelta | 6 |

tra le attività formative a scelta

| | cfu |
|--|-----|
| Art Direction di festival culturali | 6 |
| Antropologia e arte | 6 |
| Forme e linguaggi della comunicazione musicale | 6 |
| Antropologia delle immagini | 6 |
| Scrivere per l'arte, il teatro, il cinema | 6 |
| Laboratorio di fotografia per l'arte | 6 |
| Strategy of Cultural Events | 6 |

3° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Estetica | 6 |
| Psicologia dell'arte | 6 |
| Storia della critica delle arti | 12 |
| Storia della critica d'arte | 6 |
| Cinema e arte | 6 |
| 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 | 6 |

corso di laurea triennale

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 migliorare 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, cui si sommano 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, Digital Archivist specialist, Content creator.

piano degli studi consigliato

1° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Arti visive contemporanee | 12 |
| Storia dell'arte contemporanea..... | 6 |
| Arte e media..... | 6 |
| Laboratorio di advertising per la moda e il design | 6 |
| Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace I (comunicazione scritta) | 6 |
| Web communication e social media | 6 |
| Storia della moda e del design | 18 |
| Storia della moda..... | 6 |
| Storia del design..... | 6 |
| Storia e cultura del Made in Italy..... | 6 |
| Culture e linguaggi delle industrie creative | 12 |
| Semiotica della creatività..... | 6 |
| Archivi delle industrie creative..... | 6 |
| Professional English I | 6 |

2° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Estetica della moda e del design | 6 |
| Interculturalità, sostenibilità, inclusività | 6 |
| Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace II (comunicazione orale) | 6 |
| Marketing della moda e del design | 6 |
| Fondamenti di marketing | |
| Marketing della moda e del design | |
| Economia e gestione delle industrie creative | 6 |
| Data and Trend Analysis | 6 |
| Budgeting e reporting per la moda e il design | 6 |
| Diritto, brand, copyright | 6 |
| Professional English II | 6 |
| attività formative a scelta | 6 |

tra le attività formative a scelta

| | cfu |
|--|-----|
| Cinema, moda e design..... | 6 |
| Media relations: art, fashion, design..... | 6 |
| Fotografia di moda e di design..... | 6 |
| Social media and influencer..... | 6 |
| Giornalismo di moda..... | 6 |
| Beauty and Wellness..... | 6 |
| Design e comunicazione del progetto..... | 6 |

3° anno

● indirizzo moda

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Innovation Fashion Design | 6 |
| Laboratorio di Visual Merchandising | 6 |
| Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di moda | 12 |
| Ideazione e creazione degli eventi di moda..... | 6 |
| Regia della sfilata..... | 6 |

● indirizzo industrie creative e design

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Design Thinking | 6 |
| Laboratorio di Visual Design | 6 |
| Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di design | 12 |
| Ideazione e creazione degli eventi di design..... | 6 |
| Design Retail..... | 6 |

● comune ai due indirizzi

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace III (comunicazione visiva) | 6 |
| Professional English III | 6 |
| Stage professionale | 6 |
| attività formative a scelta | 6 |
| prova finale | 6 |



corso di laurea triennale

Turismo, management e cultura

Il Corso di Laurea in Turismo, management e cultura offre una formazione in grado di rispondere alle diversificate prospettive di impiego che caratterizzano il settore turistico, un settore fondamentale dell'economia in Italia e nel mondo.

Il percorso formativo poggia su un adeguato equilibrio tra l'acquisizione di competenze gestionali e manageriali e la padronanza di conoscenze di carattere culturale (storiche, artistiche ed ambientali, antropologiche e sociologiche), che costituiscono il contesto entro cui qualunque tipo di attività turistica si progetta e si sviluppa.

A queste conoscenze si affiancano, attraverso un approccio laboratoriale e operativo, numerosi strumenti capaci di rafforzare le risorse e le competenze personali: le lingue straniere, le nuove tecnologie (ICT) e la comunicazione digitale, le tecniche di promozione e fruizione dei beni e delle attività culturali, gli strumenti di analisi della destinazione e il diritto.

I laureati IULM avranno padronanza delle tecniche di analisi del contesto territoriale, del management delle imprese e start-up del turismo, dell'organizzazione dei servizi turistici e culturali, del marketing e della comunicazione, consapevoli del rapporto stretto tra turismo e sviluppo locale, arte, cultura e creatività. Saranno in grado di cogliere le potenzialità di sviluppo sia delle imprese, sia dei luoghi, in un orizzonte di sostenibilità e di attenzione ai patrimoni culturali.

Il Corso di Laurea si articola al terzo anno in due percorsi: **Comunicazione del turismo** e **Management e organizzazione del turismo**. I due percorsi mirano ad avvicinare i laureati a opportunità lavorative e ambiti professionali di grande attualità, i quali delineano, unitamente allo stage e alla prova finale, 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, promotore turistico 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 culturale | 6 |
| Include Laboratorio sul paesaggio (24 ore) | |
| Psicologia e sociologia del turismo | 6 |
| Management delle aziende turistiche | 6 |
| Il sistema economico del turismo | 6 |
| Media digitali e turismo | 6 |
| Ricerca sociale e turismo | 6 |
| Include Laboratorio di progettazione culturale (24 ore) | |
| Storia contemporanea | 9 |
| Include laboratorio Museums of World Cultures (24 ore) | |
| Information and Communication Technology for Tourism | 6 |
| Professional English I | 6 |

2° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Diritto del turismo | 6 |
| Patrimoni culturali per il turismo | 15 |
| Civiltà del Mediterraneo | 6 |
| Storia dell'arte | 9 |
| Territorio e cultura | 12 |
| Politiche territoriali | 6 |
| Antropologia culturale | 6 |
| Marketing e comunicazione del turismo | 9 |
| Include laboratorio di E-tourism (24 ore) | |
| 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 |

tra le attività formative a scelta

| | cfu |
|--|-----|
| Governance e cooperazione internazionale | 6 |
| Innovazione e imprenditorialità turistica | 6 |
| Paesaggi dell'innovazione e turismo | 6 |
| Economia applicata per arti e turismo | 6 |
| Antropologia dell'immaginario mediorientale | 6 |
| Culture del turismo | 6 |
| Valorizzazione del patrimonio artistico e archeologico | 6 |
| Archeologia subacquea | 6 |

3° anno

● indirizzo Comunicazione del turismo

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Travel blogging | 6 |
| Include laboratorio di Videomaking (24 ore) | |
| Storytelling | 6 |
| Destination branding | 6 |
| Include laboratorio sulle capitali della cultura (24 ore) | |

● indirizzo Management e organizzazione del turismo

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Gestione delle risorse umane | 6 |
| Include laboratorio sulle Soft Skills | |
| Revenue Management | 6 |
| Platform economy e turismo | 6 |
| include laboratorio su Piattaforme digitali per il Turismo (24 ore) | |

● comune ai due indirizzi

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Strategie e governance del turismo | 6 |
| Include laboratorio sulle Pratiche di comunità (24 ore) | |
| Turismo urbano e sostenibilità | 6 |
| Include laboratorio su Smart Cities (24 ore) | |
| Professional English III | 6 |
| Stage di competenze professionali | 6 |
| attività formative a scelta | 12 |
| prova finale | 3 |



Corsi di laurea magistrale

Facoltà di Interpretariato e traduzione

- Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza

Facoltà di Comunicazione

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

Facoltà di Arti e turismo

- Arte, valorizzazione e mercato
- Hospitality and Tourism Management
- Fashion Communication and Luxury Strategies

corso di laurea magistrale

Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza

Prepara interpreti esperti e traduttori professionali in ambiti specialistici e/o editoriali. Per soddisfare pienamente le esigenze degli studenti, IULM ha attivato due differenti curricula. Il Corso fa parte di CIUTI (Rete di eccellenza globale degli istituti universitari impegnati nella traduzione e nell'interpretariato) e ha ottenuto il marchio di qualità europeo EMT (European Master's in Translation).

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, in 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. Il doppio diploma può essere conseguito anche grazie all'accordo con ISIT (Institut de management et de communication interculturels) di Parigi.

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, con votazione pari almeno a 100/100, e i laureandi dei medesimi corsi con media almeno pari a 25/30, possono immatricolarsi senza sostenere alcun test.

piano degli studi consigliato per il curriculum: Interpretariato di conferenza

1° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|--|------------|
| Linguaggi e forme della produzione letteraria italiana..... | 6 |
| Linguaggi settoriali e traduzione in lingua inglese..... | 9 |
| Linguaggi settoriali e traduzione in seconda lingua (a scelta tra: francese, spagnolo, tedesco, arabo, russo, cinese)..... | 9 |
| laboratori | cfu |
| 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 di conferenza..... | 6 |
| attività formative a scelta | 9 |

2° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|---|------------|
| Laboratorio di informatica applicata all'interpretazione..... | 6 |
| Storia delle relazioni internazionali..... | 6 |
| Diritto internazionale..... | 6 |
| laboratori | cfu |
| Lingua inglese II..... | 12 |
| Simultanea..... | 6 |
| Consecutiva..... | 6 |
| Lingua francese II o spagnola II o tedesca II o araba II o russa II o cinese II..... | 12 |
| Simultanea..... | 6 |
| Consecutiva..... | 6 |
| Laboratorio di esperienze professionali..... | 3 |
| prova finale | 12 |
| tra le attività formative a scelta | cfu |
| Marketing internazionale..... | 3 |
| Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza (mutuato da altro curriculum)..... | 6 |
| Person 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 | cfu |
|--|------------|
| Traduzione editoriale e specialistica: inglese I | 12 |
| Traduzione editoriale: narrativa e saggistica | 6 |
| Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza | 6 |
| Traduzione editoriale e specialistica: francese I o spagnolo I o tedesco I o arabo I o russo I o cinese I | 12 |
| Traduzione editoriale: narrativa e saggistica | 6 |
| Laboratorio di traduzione specialistica: comunicazione, manualistica, economia e finanza | 6 |
| Linguaggi e forme della produzione letteraria italiana (in comune con altro curriculum) | 6 |
| Analisi e ricezione del testo tradotto | 6 |
| Strumenti informatici per la traduzione | 12 |
| Traduzione assistita e localizzazione | 6 |
| Traduzione automatica e post-editing | 6 |
| Tecniche di redazione, generi e testualità | 6 |
| attività formative a scelta | 9 |

2° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|---|------------|
| Traduzione editoriale: narrativa e saggistica inglese II | 9 |
| Traduzione editoriale: narrativa e saggistica francese II o spagnolo II o tedesco II o arabo II o russo II o cinese II | 9 |
| Traduzione audiovisiva (sottotitolaggio e doppiaggio) | 6 |
| laboratori | cfu |
| Traduzione specialistica: Scienza e tecnologia, Made in Italy - inglese II | 9 |
| Traduzione specialistica: Scienza e tecnologia, Made in Italy - francese II o spagnolo II o tedesco II o arabo II o russo II o cinese II | 9 |
| Laboratorio di esperienze professionali | 3 |
| prova finale - tesi di laurea magistrale | 12 |

| tra le attività formative a scelta | cfu |
|--|------------|
| Web publishing and website editing skills | 3 |
| Linguaggi settoriali e traduzione in lingua inglese o francese o spagnola o tedesca o araba o russa o cinese (mutuato da altro curriculum) | 9 |
| Retorica, media e comunicazione | 6 |

corso di laurea magistrale

Intelligenza Artificiale, impresa e società

L'Intelligenza Artificiale, e in particolare quella di tipo "generativo" che consente di produrre contenuti testuali e audiovisivi di ogni tipo, sta ridefinendo radicalmente e in modo irreversibile le logiche e i processi del marketing e della comunicazione aziendale.

Nei prossimi mesi e anni, l'uso avanzato dell'AI diventerà una competenza imprescindibile per qualsiasi operatore del marketing e della comunicazione d'impresa. Il Corso di Laurea Magistrale in Intelligenza Artificiale, Impresa e Società, è stato progettato per cogliere da subito il cambiamento in atto. La magistrale, che potrebbe forse essere meglio definita con il titolo: "Fare marketing al tempo dell'AI" forma le figure professionali che saranno sempre più ricercate nel mondo del lavoro: professionisti con competenze interdisciplinari - umanistiche e tecnologiche - in grado di utilizzare le tecnologie più innovative dell'AI per fare marketing, comunicazione e orientare il business delle imprese. I laureati del percorso magistrale, che si distingue per la sua interdisciplinarietà e il taglio fortemente applicativo, 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;
- tecnologiche: acquisendo le competenze necessarie alla gestione di progetti e soluzioni di AI;
- applicative: diventando prompt expert ed esperti delle diverse piattaforme di AI generativa;
- 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;
- giuridico-sociale: sviluppando spirito critico - cui è dedicato un vero e proprio laboratorio - e competenze sociologiche, comunicative e giuridiche, necessarie 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.

Caratterizzanti il Corso di Laurea Magistrale sono i laboratori applicativi in cui lo studente potrà, secondo la logica del *learning by doing*, apprendere, attraverso la pratica su casi reali, le competenze tecnologiche e le skills necessarie a orientare e padroneggiare l'innovazione connessa con l'uso delle diverse tipologie di Intelligenza Artificiale all'interno delle imprese.

Sbocchi professionali

Il Corso di Laurea Magistrale in Intelligenza Artificiale, Impresa e Società forma professionisti, dotati di competenze trasversali funzionali al loro inserimento in settori lavorativi anche molto differenti: Esperti di marketing e di comunicazione aziendale supportate da AI, Citizen Data Scientist per il Marketing, Data-Driven Decision Maker, Data Analyst, Data Driven Marketing Manager. I laureati potranno esercitare funzioni di marketing specialist e di comunicatori in imprese private e pubbliche, PMI, Startup, Agenzie di Comunicazione e Marketing, Società di consulenza e servizi, Centri media, Centri di Ricerca e Pubblica Amministrazione anche a vocazione internazionale.

piano degli studi consigliato

1° anno comune

| attività formative vincolate | cfu |
|---|------------------|
| 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 | Esame al II anno |
| Mind and Machines | |
| Un laboratorio a scelta tra: | |
| Laboratorio di Artificial Intelligence oppure | |
| Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning | |

| | |
|-----------------------------|---|
| attività formative a scelta | 6 |
|-----------------------------|---|

2° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| 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 formative a scelta | 6 |
| Field project/stage | 6 |

| | |
|--------------|----|
| prova finale | 12 |
|--------------|----|

| tra le attività formative a scelta | cfu |
|--|-----|
| Architettura dell'informazione e Data Visualization | 6 |
| Laboratorio Certificazioni AI | 6 |
| Blockchain, NFT e Metaversi | 6 |
| Economia e management nell'era dell'Intelligenza artificiale | 6 |
| Laboratorio di analisi testuale per Social Media | 6 |

corso di laurea magistrale

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, di marca e di prodotto. Terminato il percorso formativo, lo studente sarà in grado di utilizzare al meglio e in maniera integrata media "classici" e media digitali, above-the-line e below-the-line. 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.

Il Corso di Laurea Magistrale in Marketing, Consumi e Comunicazione offre anche un curriculum interamente in lingua inglese* che è stato costruito per assicurare una preparazione adeguata a chi lo sceglie, indipendentemente dagli sbocchi professionali che intraprenderà.

L'approccio molto operativo e la continua partecipazione alla didattica di esponenti del mondo delle imprese e della business community aiuteranno gli studenti a sviluppare competenze e sensibilità di problem solving e acquisire le basi concettuali e le competenze operative necessarie a ricoprire ruoli di responsabilità nell'ambito delle aziende di marca, nel mondo del retail e nel nuovo scenario digitale. Dopo un primo anno comune, lo studente potrà scegliere l'indirizzo su cui specializzarsi e potrà personalizzare ulteriormente la propria formazione scegliendo 12 CFU fra una vasta e articolata rosa di insegnamenti opzionali. Alla fine del secondo anno, oltre allo stage curriculare, è previsto un innovativo Fieldwork attraverso il quale i diversi team di studenti, guidati da docenti e tutor universitari e aziendali, saranno chiamati a sviluppare un progetto reale (di marketing, comunicazione, vendita, ecc.) per importati imprese partner dell'Università. Il Fieldwork, oltre a offrire un'ulteriore opportunità formativa "sul campo", rappresenta anche un'occasione di incontro diretto con il mondo del lavoro e un modo attraverso cui le imprese possono conoscere i talenti da selezionare per le proprie organizzazioni.

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.

* Replica in lingua inglese del Corso di laurea magistrale in Marketing, consumi e comunicazione, in corso di approvazione ministeriale per l'a.a. 2024/25

piano degli studi consigliato per il curriculum: Marketing, consumi e comunicazione

1° anno comune

| Attività formative vincolate | cfu |
|--|------------------|
| Marketing avanzato | 6 |
| Digital marketing e omnicanalità | 9 |
| Marketing digitale | |
| Retail marketing | |
| Società delle reti e pratiche di consumo | 6 |
| Data analysis | 9 |
| Strategic Management | 9 |
| Analisi competitiva | 9 |
| Ricerche di mercato e etnografia culturale | 6 |
| Business English | esame al II anno |
| Attività formative a scelta | 6 |

2° anno

| ● Indirizzo Brand Management | | ● Indirizzo Retail Management | |
|--|-----|--------------------------------|-----|
| Attività formative vincolate | cfu | Attività formative vincolate | cfu |
| Identità visiva della marca | 9 | Retail and Channel Management | 9 |
| Brand & Corporate Communication | 6 | In-store communication | 6 |
| Diritto della marca | 6 | Tutela del consumatore | 6 |
| Business English | 9 | Business English | 9 |
| ● Indirizzo Digital Marketing Management | | ● Comune a tutti gli indirizzi | |
| Attività formative vincolate | cfu | | |
| Strategie e tecniche di marketing digitale | 9 | Stage | 6 |
| Social media strategy | | Fieldwork | 6 |
| Digital content marketing | | Attività formative a scelta | 6 |
| Communication strategy e media planning | 6 | Prova finale | 12 |
| Diritto per l'impresa e la comunicazione digitale | 6 | | |
| Business English | 9 | | |
| Tra le attività formative a scelta | | | cfu |
| Branding and Trade Marketing | | | 6 |
| Business technologies and Innovation management for Startups (in lingua inglese) | | | 6 |
| Competitive positioning and Branding new products (in lingua inglese) | | | 6 |
| Demografia e sviluppo sostenibile | | | 6 |
| Digital Markets (in lingua inglese) | | | 6 |
| Laboratorio in tecniche di Neuromarketing | | | 6 |
| Management of Design (in lingua inglese) | | | 6 |
| Retail & Branded Places Design (in lingua inglese) | | | 6 |
| Search Engine Advertising & Mobile Marketing | | | 6 |
| Strategia e performance aziendale | | | 6 |

piano degli studi consigliato per il curriculum: Marketing, Consumer Behaviour and Communication

1° anno

| Attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Advanced Marketing | 6 |
| Digital and Retail Marketing | 9 |
| Digital Marketing | |
| Retail marketing | |
| Network Society and International Consumption Studies | 9 |
| Data analysis | 9 |
| Strategic Management | 9 |
| Competitive Analysis | 9 |
| Market and Consumer Behaviour Studies | 6 |

Attività formative a scelta 6

2° anno

| Attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Omnichannel Management | 6 |
| Consumer Engagement and Digital Market Relations | 9 |
| Data Protection and Trademark Law | 6 |
| Business Communication Skills | 6 |

Attività formative a scelta 6

| | |
|------------------|---|
| Internship | 6 |
| Fieldwork | 6 |

prova finale 12

| Tra le attività formative a scelta | cfu |
|--|-----|
| Business technologies and Innovation management for Startups | 6 |
| Competitive positioning and Branding new products | 6 |
| Digital Markets | 6 |
| Management of Design | 6 |
| Retail & Branded Places Design | 6 |



corso di laurea magistrale - dual degree

Strategic Communication

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 tecnico-specialistiche di comunicazione, oltre a quelle aziendalistico-manageriali e sociologiche per operare nel campo della comunicazione strategica. Il Corso si propone di formare laureati in grado di intraprendere carriere professionali nel mondo delle imprese, nelle organizzazioni e istituzioni internazionali, nella consulenza di natura strategica e direzionale. Il corso di laurea è strutturato in un primo anno comune a tutti gli iscritti e in un secondo anno caratterizzato da due indirizzi tra i quali gli studenti dovranno scegliere: il primo in Corporate and Marketing Communication; il secondo in Sustainability Communication. Con l'obiettivo di accentuare la propria vocazione internazionale il Corso di Laurea offre tre opportunità di Dual Degree presso la Huddersfield University (UK), la Cardiff Metropolitan University (UK) e UWA University (Perth, Australia). A queste si aggiungono ulteriori numerose opportunità di scambio con Università all'estero specificatamente sviluppate per gli studenti di Strategic Communication. La Faculty è composta sia da professionisti con significative esperienze di lavoro all'estero, sia da professori di rilevanza internazionale provenienti dagli Atenei che nel mondo hanno sviluppato percorsi formativi di eccellenza in questo campo. È stato istituito 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. L'Advisory Board è consultato annualmente per apportare miglioramenti al corso e offre agli studenti opportunità di progetti e stage. Le modalità di insegnamento hanno un forte taglio pratico e project-based, basato sulla discussione in aula di letture e casi pratici, su business game e role-play 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 a possedere solide competenze sulle tecniche specialistiche della comunicazione, abbiano una visione strategica del ruolo che la comunicazione può giocare nei diversi contesti organizzativi (imprese, istituzioni, consulenza strategica). Il corso di laurea ha due indirizzi di specializzazione. L'indirizzo in Corporate and Marketing communication forma figure come il Manager della comunicazione, 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 aree specialistiche (p.e. comunicazione interna, comunicazione di crisi, comunicazione finanziaria e investor relations). L'indirizzo in Sustainability Communication forma specialisti della comunicazione nel campo della sostenibilità, dell'economia circolare e degli ESG.

piano degli studi consigliato

1° anno comune

attività formative vincolate

| | cfu |
|---|-----|
| Strategy and Management | 9 |
| Strategic Communication | 12 |
| Fundamentals of Strategic Communication | 6 |
| Issue and Crisis Management | 6 |
| Digital Communication Management and AI | 9 |
| Social Media Relations Management | 6 |
| AI for Communication and Marketing | 3 |
| Data Analysis & Data Visualization | 12 |
| Data Analysis for Communication | 6 |
| Visual Communication and Data Visualization | 6 |
| Principles of CSR Communication | 6 |
| Organizational Behaviour & Neuromanagement | 6 |

attività formative a scelta

6

2° anno

● Corporate and Marketing Communication

attività formative vincolate

cfu

| | |
|---|----|
| Corporate Marketing and Management | 12 |
| Brand and Marketing Communication | 6 |
| Brand & Corporate Narratives | 6 |
| Social Evaluations | 6 |
| Financial Communication and Investor Relations | 6 |
| Internal Communication and Change Management | 6 |
| Corporate Public Affairs | 6 |

attività formative a scelta

| | |
|----------------------------------|---|
| Field project/stage | 6 |
|----------------------------------|---|

prova finale

12

tra le attività formative a scelta

cfu

| | |
|---|---|
| Mind, Media and Modern Culture | 6 |
| Digital Markets | 6 |
| Law and Communication | 6 |
| Neuroscience for Communication | 6 |
| Fashion Communication | 6 |
| Management of Design | 6 |
| Retail & Branded Places Design | 6 |
| Communication and Event Management in Luxury | 6 |

corso di laurea magistrale

Televisione, cinema e new media

Con una formula unica nel panorama nazionale, il Corso di Laurea Magistrale in Televisione, cinema e new media ospita insegnamenti a carattere teorico-critico e pratico-laboratoriale 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 e sugli immaginari dell'era digitale; fornisce i primi rudimenti sui media che verranno approfonditi al secondo anno (cinema, tv, new media).

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.

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 8½), Maurizio Nichetti (regista), Minnie Ferrara (produttrice), Michelangelo Frammartino (videoartista, regista), Massimo Schiavon (direttore della fotografia), Diego Cassani (montatore), Fabio Vittorini (critico per Il Manifesto), Emanuele Chiappa (tecnico del suono), Giuseppe Bianchi (regista e autore televisivo), Masbedo (videoartisti), Gabriele Cucinella (CEO We Are Social), Gianni Sibilla (critico musicale Rockol), Leila Fteita (scenografa).

Sbocchi professionali

Tra gli altri: regista, montatore digitale, direttore della fotografia, sceneggiatore, produttore per il cinema, per la tv e per il web, ideatore di videogame, esperto di 3D ed effetti digitali, autore di format e serie tv, autore di ipertesti interattivi e narrazioni crossmediali, produttore di contenuti creativi per i social media, organizzatore di festival e rassegne, critico per il cinema, la tv, la musica in video, il web.

piano degli studi consigliato

1° anno comune

| attività formative vincolate | cfu | ● indirizzo New media, musica e racconti digitali |
|---|-----|---|
| Laboratorio di regia..... | 9 | |
| Laboratorio di montaggio digitale..... | 12 | |
| Laboratorio di illuminotecnica e di ripresa cinetelevisiva..... | 6 | |
| Paesaggi sonori nei media | 12 | |
| Musica e immagine..... | 6 | |
| Laboratorio di suono in presa diretta..... | 6 | |
| Media studies | 12 | |
| Fotografia: teoria e tecniche..... | 6 | |
| Uno a scelta tra: | | |
| Cinema: videoarte e installazioni audiovisive..... | 6 | |
| Prodotti TV: analisi e scenari..... | 6 | |
| Social Media Platform: teorie e metodi di ricerca..... | 6 | |
| Immaginari dell'era digitale | 6 | |
| attività formative a scelta | 6 | |
| | | prova finale 12 |

2° anno

● indirizzo Cinema e nuove tecnologie

| attività formative vincolate | cfu | tra le attività formative a scelta | cfu |
|--|-----|---|-----|
| Laboratorio avanzato di regia cinematografica..... | 6 | Elementi di musica e discografia..... | 6 |
| Cinema digitale | 9 | Giornalismo nell'era digitale..... | 6 |
| Effetti visivi e digitali | | Laboratorio di cinema documentario..... | 6 |
| Laboratorio d'animazione | | Laboratorio di organizzazione di festival e rassegne..... | 6 |
| Film Studies | 9 | Laboratorio di recitazione e direzione dell'attore..... | 6 |
| Filmologia | | Laboratorio di sceneggiatura..... | 6 |
| Laboratorio di scrittura critica per il cinema e lo spettacolo | | Laboratorio di scenografia e location management..... | 6 |
| Cinema espanso ed elementi di business | 12 | Branded Content per i Media..... | 6 |
| Economia del cinema: strategie e strumenti..... | 6 | Laboratorio di ideazione e progettazione App..... | 6 |
| Archivi, mostre e musei del cinema..... | 6 | Didattica dell'audiovisivo..... | 6 |
| | | Teoria e tecniche del racconto..... | 6 |
| | | Digital storytelling..... | 6 |

● indirizzo Televisione e cross media

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Laboratorio avanzato di regia televisiva..... | 6 |
| Serialità cross-mediale | 12 |
| Modelli e generi della serialità televisiva..... | 6 |
| Laboratorio di produzione di televisiva e seriale..... | 6 |
| Web TV | 12 |
| TV, social media e web..... | 6 |
| Laboratorio di streaming..... | 6 |
| Business televisivo e cross-mediale | 6 |



corso di laurea magistrale

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 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 convenzioni con Università europee ed extra-europee, al primo semestre del secondo anno, gli studenti hanno l'opportunità di valorizzare il proprio curriculum con un periodo di studio all'estero.

L'offerta formativa internazionale è inoltre arricchita dalla possibilità di conseguire un doppio diploma di laurea magistrale italo-francese in virtù dell'accordo che l'Università IULM ha perfezionato con l'ICART (L'école du management de la culture et du marché de l'art) di Parigi. 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 project-work, presso le loro sedi e a stretto contatto con professionisti del settore. Il biennio si conclude con la realizzazione e discussione della tesi.

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 start-up 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 comune

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----|
| Storia del collezionismo e del mercato antiquario | 6 |
| Culture visuali | 6 |
| Il sistema dei musei | 12 |
| Cultura e gestione dei musei 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 | cfu |
|--|-----|
| 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 |
| Arte e web | 6 |
| Laboratorio di progettazione, produzione e comunicazione artistica e culturale | 12 |
| attività formative a scelta | 12 |
| prova finale | 12 |

| tra le attività formative a scelta | cfu |
|------------------------------------|-----|
| Didattica dell'arte | 6 |
| Allestimenti di mostre e di eventi | 6 |
| Ufficio Stampa per l'arte | 6 |
| Arte e cultura contemporanea | 6 |
| Informatica per l'arte | 6 |
| Mediazione dell'arte | 6 |
| Laboratorio di editoria per l'arte | 6 |

corso di laurea magistrale

Fashion Communication and Luxury Strategies*

In lingua inglese

Il Corso di Laurea Magistrale in Fashion Communication and Luxury Strategies propone un percorso avanzato per entrare nel mondo della moda e del lusso, con la piena consapevolezza delle sfide di industrie ormai compiutamente globali. Il Corso mira a formare professionisti della comunicazione della moda e del lusso, manager, consulenti d'impresa, capaci di fronteggiare le sfide della comunicazione contemporanea, di contestualizzarle, di trasferire prodotti ed esperienze al pubblico con un linguaggio nuovo, di assumere ruoli di responsabilità all'interno di imprese consolidate o start-up riuscendo a cogliere tutte le opportunità di sistemi complessi.

Alla didattica frontale si affiancano momenti seminariali, workshop, incontri con professionisti ed esperienze "sul campo". Per consentire un elevato grado di specializzazione, il corso presenta, al secondo anno, due percorsi possibili: Global Trends e Luxury Strategies, l'uno più focalizzato sui temi dell'industria della moda, l'altro sul lusso (prodotti ed esperienze).

Il corso, in lingua inglese, consentirà di sviluppare un approccio dinamico e flessibile alla comunicazione, essenziale per lavorare in aziende sempre più orizzontali. Il primo anno prevede un insegnamento di Team and Project Management, per familiarizzare con la logica e le dinamiche delle organizzazioni. Molta attenzione è riservata allo specifico della comunicazione digitale. Il corso offre solide basi culturali, ha un piano di studi a forte vocazione umanistica, per sviluppare il pensiero laterale necessario per ricoprire ruoli di responsabilità. La struttura del corso, in ragione degli insegnamenti laboratoriali e dell'approccio multidisciplinare, stimola la flessibilità e la capacità di apprendere in modo auto-diretto e autonomo.

Sbocchi professionali

Il Corso di Laurea Magistrale consentirà ai professionisti che vi si sono formati di avvicinare il mondo dell'impresa quali PR Manager, Digital Media Manager, Customer Engagement Manager, Event Manager, Brand Heritage Curator, Client Communication Manager, Fashion Trend Forecaster, Brand Consultant. Il piano di studi e la vocazione "umanistica" del Corso daranno al professionista quell'autonomia e quella capacità di pensare "out of the box" che consentono di cogliere le più diverse opportunità professionali. La lingua inglese e l'impianto intrinsecamente internazionale del corso garantiranno un orizzonte professionale non limitato al mercato italiano.

* Nuovo corso in via di approvazione ministeriale per l'a.a. 2024/25

piano degli studi consigliato

1° anno

| attività formative vincolate | cfu |
|---|-----------|
| Sustainability Strategies for Luxury and Fashion | 6 |
| Aesthetics of Luxury | 6 |
| Anthropology of Fashion and Luxury | 12 |
| Consumer Anthropology | 6 |
| Fashion Narratives | 6 |
| Cognitive Foundations of Economics | 6 |
| Luxury Communication | 12 |
| Brand Heritage and Storytelling | 6 |
| Fashion and Luxury Events | 6 |
| Digital Trends and Marketing Statistics | 12 |
| Digital Trends | 6 |
| Analytics and Global Consumer insight | 6 |
| Team and Project Management | 6 |

2° anno

● indirizzo Global Trends

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----------|
| International Relations and Global Fashion | 12 |
| International Relations | 6 |
| Global Fashion | 6 |
| Fashion Trends | 6 |
| Global Communication Management for Fashion | 6 |
| Digital Interaction Engagement Strategies | 6 |

● indirizzo Luxury Strategies

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----------|
| Imaginary of Luxury | 12 |
| History of Contemporary Luxury | 6 |
| Scenarios of Luxury | 6 |
| Luxury Sectors | 6 |
| Luxury Marketing Strategies | 6 |
| Luxury PR for High-end Brands | 6 |

● comune ai due indirizzi

| | |
|--|-----------|
| Field project | 6 |
| attività formative a scelta | 12 |

| | |
|---------------------------|-----------|
| prova finale | 12 |
|---------------------------|-----------|

corso di laurea magistrale

Hospitality and Tourism Management

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 lezioni a distanza, lezioni tradizionali e 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 sfruttare le potenzialità delle nuove tecnologie digitali e dei big data per la personalizzazione dei servizi e l'innovazione della customer experience e 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 l'indirizzo all'estero

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 |
| Geography for Sustainable Tourism Development | 9 |
| Communication Skills for Business | 6 |

2° anno - Università IULM

● percorso comune

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| E-Tourism Technology and Digital Marketing | 12 |
| E-Tourism Technology, Methods and Big Data | 6 |
| ICT and Digital Marketing for the Tourism Industry | 6 |
| Communications Skills for Innovation | 6 |

● indirizzo Sustainable Destinations Management and Communication

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Strategy Design for Sustainable Destinations | 6 |
| Creativity and Design of Tourism Policies | 12 |
| New Travel Trends | 6 |
| Geography of Tourism Policies and Innovation | 6 |

● indirizzo Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries

| attività formative vincolate | cfu |
|--|-----|
| Customer Experience Design through Data and Technology | 9 |
| Optimization in Decision Making | 9 |

2° anno - University of Central Florida (UCF)

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

● Comune a tutti i percorsi in Italia e US

| attività formative a scelta | 9 |
|-----------------------------|---|
| Field project/stage | 3 |

| | |
|--------------|----|
| prova finale | 12 |
|--------------|----|

Master ed Executive Education

IULM Communication School

Il modello di insegnamento che ti prepara al futuro

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

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

L'offerta formativa

IULM Communication School, la Business School dell'Università IULM, attraverso Master Universitari, Master Specialistici e Corsi Executive, propone la migliore offerta formativa 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 Italia 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 (in italiano e inglese)
- Editoria e Produzione Musicale
- Food & Wine Communication (in collaborazione con Gambero Rosso)
- Giornalismo (biennale, in collaborazione con Mediaset)
- International Tourism and Hospitality MITH (in inglese)
- Lingue e Culture Orientali (sede di Roma, in collaborazione con Fondazione Roma)
- 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, in collaborazione con Fondazione Roma)
- Marketing e Comunicazione dello Sport
- Retail Brand & Customer Experience 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.

- Copywriting e Comunicazione Pubblicitaria (in collaborazione con Miami AD School)
- Gaming & eSports
- Il cinema e le Serie sulle piattaforme audiovisive: produzione, comunicazione, programmazione (in collaborazione con SKY)
- International Marketing & Sales Communication (in inglese)
- Live Entertainment. Come gestire uno spettacolo dal vivo (in collaborazione con Stage Entertainment)
- Management e Comunicazione degli Eventi
- Marketing e Sostenibilità dell'Agroalimentare
- MasterBook, Master di specializzazione nei mestieri dell'editoria (in collaborazione con Excogita)
- Museology New Media and Museum Communication (online, in collaborazione con EMA, European Museum Academy)

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 (sede di Roma)
- Behavioral Economics e Nudging. Scienze Comportamentali, Architettura delle Scelte e Change Management
- Doppiaggio, Adattamento e Traduzione di Opere Cinetelevisive (sede di Roma)
- Influencer media marketing
- Marketing e Comunicazione della sostenibilità (sede di Roma)
- Neuromarketing, Consumer Neuroscience e Market Research
- Relazioni Pubbliche d'Impresa MARPI
- Restaurant Business Management
- Sceneggiatura (sede di Roma)
- Social Media Marketing & Digital Communication

L'offerta didattica di IULM Communication è in corso di aggiornamento per l'a.a. 2024/25.

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 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

Orientamento in ingresso

L'ufficio Orientamento, tutorato e counseling offre un accompagnamento alla scelta del percorso universitario più adatto alle inclinazioni di ogni studente e, una volta avvenuta l'immatricolazione, un servizio di orientamento attraverso specifiche attività di tutorato.

Diverse sono le occasioni offerte dall'ufficio Orientamento in cui è possibile conoscere l'Università. Oltre agli Open Day nella sede di Milano e agli incontri organizzati nelle scuole superiori, gli studenti hanno la possibilità di:

- Fissare **colloqui individuali** per valutare il percorso di studi più adatto;
- Prendere parte a una serie di **attività online** volte a chiarire tutti gli eventuali dubbi: sessioni di Q&A, webinar didattici e incontri di orientamento;
- Partecipare alla **Junior Winter School** e alla **Junior Summer School**: lezioni gratuite, tenute dai docenti IULM, durante le quali è possibile approfondire i nostri 7 corsi di laurea triennale.

Contatti:

Per le scuole: progetti.scuole@iulm.it - Tel. 02 89 141 2593

Per gli studenti: infopoint@iulm.it - n° verde 800 363 363

Tutorato e counseling

Una squadra di studenti senior, i **Peer Tutor**, è inoltre a disposizione per supportare le matricole nel delicato momento di inserimento nella vita universitaria, attraverso colloqui individuali e di gruppo. La sezione Tutorato Peer to Peer si propone come un sistema di ascolto da studente a studente, offre consigli sullo studio e organizza incontri finalizzati al confronto e alla socializzazione.

L'ufficio Orientamento, tutorato e counseling si avvale inoltre di professionisti ed esperti per offrire a tutti gli iscritti diversi servizi:

- **Seminari** per sviluppare un metodo di studio, per imparare a gestire meglio lo stress e l'ansia da esame, con suggerimenti per incrementare abitudini di studio efficaci;
- Percorsi di **group coaching** finalizzati al miglioramento individuale, con l'obiettivo di accompagnare lo studente nel prendere consapevolezza delle proprie capacità e nella realizzazione del proprio progetto di studi;
- Colloqui di **counseling psicologico** individuali offerti dagli psicologi dell'Università IULM con i quali si cerca di sostenere e sviluppare le potenzialità degli studenti, agevolando atteggiamenti attivi, propositivi;
- Percorsi di **supporto psicologico** in lingua italiana e inglese atti a ridurre lo stress e a potenziare l'attenzione e la concentrazione sui propri obiettivi.

Per informazioni: tutor@iulm.it - Tel. 02 89 141 2817

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. L'ufficio Career Service e Rapporti con le Imprese offre servizi di orientamento professionale e promuove l'incontro tra studenti e laureati IULM e 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 numerosi servizi:

- Stage curriculari ed extracurriculari sia in Italia sia all'estero
- Percorsi di Career Advisory volti a offrire, a studenti e laureati, l'opportunità di fare un assessment sulla propria carriera al fine di valutare e orientare strategicamente il proprio percorso professionale
- Colloqui individuali e di gruppo per la revisione del CV
- Revisione dei profili LinkedIn per ottimizzare il branding digitale di studenti e laureati
- 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
- Percorsi di coaching volti a supportare gli studenti a entrare 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
- Professional Mentorship, un progetto che coinvolge ex studenti IULM (Mentor), che ricoprono ruoli di rilievo all'interno di realtà aziendali, enti o istituzioni, al fine di illustrare cosa significa ricoprire una posizione lavorativa
- Self-Assessment, un servizio che offre uno strumento di valutazione con il quale gli studenti possono approfondire le competenze trasversali oggetto di valutazione
- Project Work con importanti aziende finalizzati all'individuazione dei talenti e visite aziendali e incontri con i Mentor Partner dell'Ateneo
- Career Day/Job seminar, incontri in cui le aziende presentano il profilo e la struttura organizzativa e le eventuali opportunità di inserimento professionale
- Percorsi di internazionalizzazione delle carriere universitarie, al fine di prepararsi con successo per incarichi professionali in contesti strutturati e multinazionali

Per informazioni:

Stage

Italia: 02 89 141 2340 - stage@iulm.it

Esteri: 02 89 141 2276 - internship@iulm.it

Career Service

Italia: 02 89 141 2583/2397 - careerservice.italia@iulm.it

Esteri: 02 89 141 2583/2397 - careerservice.abroad@iulm.it

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 in altro modo 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:

- Orientamento matricole: supporto allo studente nella scelta del Corso di Laurea più idoneo
- Colloqui individuali di accoglienza
- Attrezzature tecniche e informatiche
- Supporto per la richiesta di testi in formato digitale
- Supporto agli studenti nella relazione con i docenti
- Supporto alle richieste di esonero per studenti in possesso di invalidità uguale o superiore al 66% e/o verbale di accertamento dell'handicap in corso di validità
- Supporto allo studio attraverso percorsi individualizzati
- Corsi di orientamento e mobilità per studenti ciechi
- Misure compensative/dispensative
- Sportello DSA
- Incontro con la Psicologa per individuare strategie operative (per studenti DSA)
- SuperReading, corsi di lettura strategica dedicati in particolare agli studenti con DSA
- Corsi sul metodo di studio e sulle mappe concettuali dedicati a studenti con DSA
- Prima diagnosi e aggiornamento diagnostico DSA a condizioni agevolate per studenti IULM presso il Centro Euresis

In attesa di una normativa di riferimento gli studenti con ADHD e Autismo possono rivolgersi all'Ufficio diversaMENTE per l'attivazione di uno specifico supporto per il percorso universitario. Per informazioni: diversamente@iulm.it - Tel. 02 89 141 2200

Centro Euresis per la diagnosi, l'intervento, la ricerca sui DSA

Il Centro Euresis raccoglie e sviluppa l'esperienza maturata dall'Università IULM nel campo dell'inclusione.

- Promuove una serie di attività di ricerca finalizzate a sostenere forme di inclusione a livello didattico e sociale.
- Svolge un lavoro di supporto agli studenti con DSA con interventi in campo diagnostico (grazie a una équipe autorizzata da Regione Lombardia) con servizi di tutoraggio, sostegno e percorsi formativi con progetti di ricerca su nuove procedure di intervento.
- Promuove il corso Super Reading, di cui l'Università IULM ha l'esclusiva per l'Italia, per l'apprendimento della lettura strategica.
- Organizza corsi di formazione per insegnanti, tutor e operatori.
- Sostiene un impegno a favore della ricerca multidisciplinare e della internazionalizzazione.

Il Centro è aperto al territorio e accoglie richieste provenienti sia da singoli utenti sia da enti pubblici e privati.

Ufficio tasse, contributi e diritto allo studio

L'Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio aiuta gli "studenti capaci, meritevoli e privi di mezzi" a raggiungere i gradi più alti dell'istruzione (Art. 34 della Costituzione italiana).

Eroga 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 con disabilità
- Sovvenzioni straordinarie

Per informazioni:

dirittoallostudio@iulm.it

fascia.contributiva@iulm.it

Tel. 02 89 141 2890

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 2023/2024 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 stanziare per 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

Gli studenti interessati a rateizzare l'iscrizione all'Università IULM possono accedere a un finanziamento per il pagamento delle rate, inclusa la prima, fino a un importo massimo di € 3.000 per ogni singola rata. Non sono previste spese di istruttoria. Gli studenti che intendono avanzare la richiesta di finanziamento dovranno presentarsi presso lo sportello interno al Campus della **Banca Popolare di Sondrio**, partner nell'iniziativa. Gli studenti iscritti che hanno accumulato almeno 30 CFU potranno richiedere la IULM Card per proseguire con la rateizzazione mensile delle singole rate.

Gli studenti hanno altresì la possibilità di accedere a prestiti agevolati tramite le iniziative **BNL Futuriamo**, il prestito studiato da BNL Gruppo BNP Paribas per sostenere i progetti degli studenti e delle famiglie, e **Intesa per Merito**, soluzione che consente agli studenti meritevoli di finanziare le spese di iscrizione all'Università, le spese di vitto e alloggio per gli studenti fuori sede e le spese di acquisto della strumentazione informatica.

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 riservati nelle Residenze Universitarie.

Per ulteriori informazioni, contatta admission@iulm.it.

IULM International

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, Exchange, Semester 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.

E non solo. IULM sposa la convinzione che l'internazionalizzazione inizi "a casa", con un'affiliazione inclusiva, multiculturale e aperta al mondo. Con questo spirito IULM si impegna a forgiare una mentalità globale innovativa nella sua comunità universitaria e a preparare i protagonisti di domani.

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 nella confortevole Residenza Santander o nella Residenza Cascina Moncucco.

Il **Residenza Santander** offre 70 camere doppie e 4 singole per persone con disabilità dotate di collegamento a Internet. Una zona giorno con due ampie sale studio e un "Coffee corner".

La residenza IULM garantisce a ogni studente un contesto ideale per favorire lo studio e godere al meglio del tempo libero. L'accesso alla Residenza Santander è regolamentato da un bando gestito dall'Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio, che solitamente viene pubblicato entro il mese di giugno.

La **Residenza Cascina Moncucco** è destinata alla residenzialità degli studenti dell'Ateneo (38 camere doppie di cui 5 destinate a persone con disabilità) 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, che solitamente viene pubblicato entro il mese di giugno.

IULM 6

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 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

- **Agorà**
Aula Magna e Auditorium per convegni, presentazioni ed eventi culturali.
- **Attività culturali**
Collaborare con Radio IULM e IULM Play, partecipare a un gruppo di scrittura creativa o al laboratorio di teatro: questo e altro ti aspetta all'Università IULM.
- **Biblioteca e videoteca**
Oltre 150.000 volumi, più di 1.050 periodici e 13.000 audiovisivi. Un ampio spazio per lo studio a disposizione degli studenti IULM.
- **Bookshop Libraccio**
Libri di testo, ma non solo: un punto di riferimento per restare in contatto con il mondo della cultura.
- **Coro IULM**
Il coro ufficiale composto da studenti, docenti e personale tecnico-amministrativo dell'Università 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 02 89141 2590 - infopoint@iulm.it
- **IULM Fitness Center**
La palestra d'Ateneo con sala pesi/cardio e una sala corsi.
- **IULM Print**
Il centro stampa dell'Università.
- **IULM Sport**
Sostiene e incentiva lo sport in Ateneo.
- **IULM Store**
Abbigliamento, accessori, oggetti per il tempo libero e per l'ufficio a marchio IULM.
- **Laboratori didattici e di ricerca**
Laboratorio multimediale, Centro di Ricerca "Behavior and Brain Lab", IULM AI Lab, Laboratorio di Giornalismo, Studio cinetelvisivo e Teatro di posa, Centro Universitario Teatrale CUT.
- **Master X**
Il periodico a cura degli studenti del Master in Giornalismo IULM.
- **Radio IULM**
La webradio dell'Ateneo.
- **Restaurant & Cafè**
Ristorante, bar, caffè letterario e il nuovo punto di ristoro IULM Food Academy, per una pausa tra una lezione e l'altra.
- **Spazi di Coworking**
Spazi dedicati allo studio in gruppo.
- **Tutorato**
Tutorato peer to peer, Counseling psicologico e supporto alle persone con disabilità.
- **Wireless IULM**
Internet senza fili per navigare quando vuoi.

Iscrizione ai corsi

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

Iscrizione ai corsi di laurea triennale

I posti disponibili per l'a.a. 2024/2025 sono i seguenti:

| | |
|--|------------------|
| ● Arti ed eventi culturali | 250 posti |
| ● Moda e industrie creative | 250 posti |
| ● Turismo, management e cultura | 240 posti |
| ● Interpretariato e comunicazione | 250 posti |
| ● Lingue, cultura e comunicazione digitale | 100 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. 2024/25 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 (a 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). La domanda di iscrizione al test viene presentata tramite la procedura online e comporta il versamento di una quota pari a 100 euro. La quota di iscrizione al test non viene rimborsata in nessun caso.

Per i Corsi di Laurea in **Lingue, cultura e comunicazione digitale** e **Interpretariato e comunicazione** il test **non è 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**, **Moda e industrie creative**, **Arti ed eventi culturali** e **Turismo, management e cultura**, 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).

Iscrizione ai corsi di laurea magistrale

I posti disponibili per i corsi di laurea magistrale per l'a.a. 2024/2025 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 |
| ● Marketing, Consumer Behaviour and Communication* (in inglese) | 60 posti |
| ● Televisione, cinema e new media | 100 posti |
| ● Strategic Communication (in inglese) | 100 posti |
| ● Intelligenza Artificiale, impresa e società | 65 posti |
| ● Fashion Communication and Luxury Strategies** (in inglese) | 100 posti |

Possono richiedere l'ammissione ai corsi di laurea magistrale:

- gli studenti in possesso di un diploma di laurea;
- gli studenti iscritti a un corso di laurea triennale che prevedono di laurearsi entro e non oltre il 31 dicembre 2024 (in una sessione dell'a.a. 2023/2024).

La domanda di iscrizione al test viene presentata tramite la procedura online e comporta il versamento di una quota pari a 100 euro. Tutti i candidati, sia provenienti da Corsi di studio dell'Università IULM che provenienti da altri Atenei, devono presentare la domanda di iscrizione al test e versare la relativa quota. La quota di iscrizione al test non viene rimborsata in nessun caso. Le prove di ammissione si svolgeranno in più sessioni fino a 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 nei rispettivi regolamenti pubblicati sul portale di ateneo.

Iscrizione per studenti internazionali

Gli studenti internazionali residenti stabilmente all'estero che vogliono frequentare un corso di laurea triennale o magistrale all'Università IULM dovranno presentare i documenti relativi ai titoli di studio (diploma finale di scuola secondaria superiore e/o università estera e relativo certificato degli esami sostenuti) tramite il portale apply.iulm.it.

Gli studenti in possesso di titolo estero e residenti stabilmente in Italia che vogliono frequentare un corso di laurea triennale all'Università IULM dovranno presentare i documenti relativi ai titoli di studio (diploma finale di scuola secondaria superiore e relativo certificato degli esami sostenuti) tramite il portale [myiulm](https://myiulm.it). Gli studenti in possesso di titolo estero e residenti stabilmente in Italia che vogliono frequentare un corso di laurea magistrale all'Università IULM dovranno presentare i documenti relativi ai titoli di studio (diploma finale di laurea e relativo certificato degli esami sostenuti) e contestualmente contattare admission@iulm.it. A seguito della valutazione positiva dei documenti, lo studente sarà guidato nel processo di ammissione ai nostri corsi di laurea triennale o magistrale. Per ulteriori informazioni fare riferimento ad admission@iulm.it.

* Replica in lingua inglese del Corso di laurea magistrale in Marketing, consumi e comunicazione, in corso di approvazione ministeriale per l'a.a. 2024/25

** Nuovo corso in via di approvazione ministeriale per l'a.a. 2024/25

Tasse e contributi per immatricolati a.a. 2024/25

Per l'a.a. 2024/2025 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 2024/2025 è disponibile sul portale di Ateneo. Il pagamento delle tasse è ripartito in tre rate: la prima all'atto dell'immatricolazione, la seconda entro il 13 dicembre 2024 e la terza entro il 31 marzo 2025.

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

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 |
| Tassa regionale e marca bollo | 156,00 | 156,00 | 156,00 | 156,00 | 156,00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2024 | 1.400,00 | 2.200,00 | 3.000,00 | 3.800,00 | 4.600,00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2025 | 500,00 | 925,00 | 1.350,00 | 1.775,00 | 2.200,00 |
| Tot. complessivo | 3.656,00 | 4.881,00 | 6.106,00 | 7.331,00 | 8.556,00 |

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 |
| Tassa regionale e marca bollo | 156,00 | 156,00 | 156,00 | 156,00 | 156,00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2024 | 1.700,00 | 2.600,00 | 3.500,00 | 4.400,00 | 5.300,00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2025 | 700,00 | 1.150,00 | 1.600,00 | 2.050,00 | 2.500,00 |
| Tot. complessivo | 4.556,00 | 5.906,00 | 7.256,00 | 8.606,00 | 9.956,00 |

valori in €

Per gli studenti internazionali

Per i nuovi immatricolati di nazionalità estera - o di cittadinanza italiana o doppia cittadinanza, il cui nucleo familiare risiede e produca redditi e patrimoni all'estero - 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 |
| Tassa regionale e marca bollo | 156,00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2024 | 4.600,00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2025 | 2.200,00 |
| Tot. complessivo | 8.556,00 |

Lauree magistrali

| | |
|-------------------------------------|----------|
| I rata - all'atto dell'iscrizione | 2.000,00 |
| Tassa regionale e marca bollo | 156,00 |
| II rata - entro il 13 dicembre 2024 | 5.300,00 |
| III rata - entro il 31 marzo 2025 | 2.500,00 |
| Tot. complessivo | 9.956,00 |

valori in €

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 regolamento disponibile sul portale di ateneo.

IULM Alumni

IULM Alumni è un'associazione autonoma e indipendente, che promuove e facilita le relazioni tra i laureati e i diplomati IULM, le istituzioni e le imprese.

Concluso il percorso di studi anche tu entrerai a far parte della grande community dei laureati e diplomati IULM, la cui mission è valorizzare le competenze acquisite in Ateneo, per costruire insieme il futuro delle professioni.

Un network di oltre 40.000 laureati per rimanere in contatto, conoscere altri professionisti e generare nuove opportunità di crescita e di aggiornamento. Uno spazio dove confrontarsi sui temi di attualità, dove coltivare la propria curiosità e passione attraverso la formazione continua e dove mantenere vivo lo spirito di appartenenza alla comunità IULM.

Perché un laureato IULM lo è per sempre! #orgoglioIULM

I nostri canali social:

LinkedIn: IULM Alumni

Facebook: @aliulm

Instagram: @_aliulm_

Università IULM

via Carlo Bo 1 - Milano
MM2 Romolo

| 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 02 89141 2590

infopoint@iulm.it

www.iulm.it