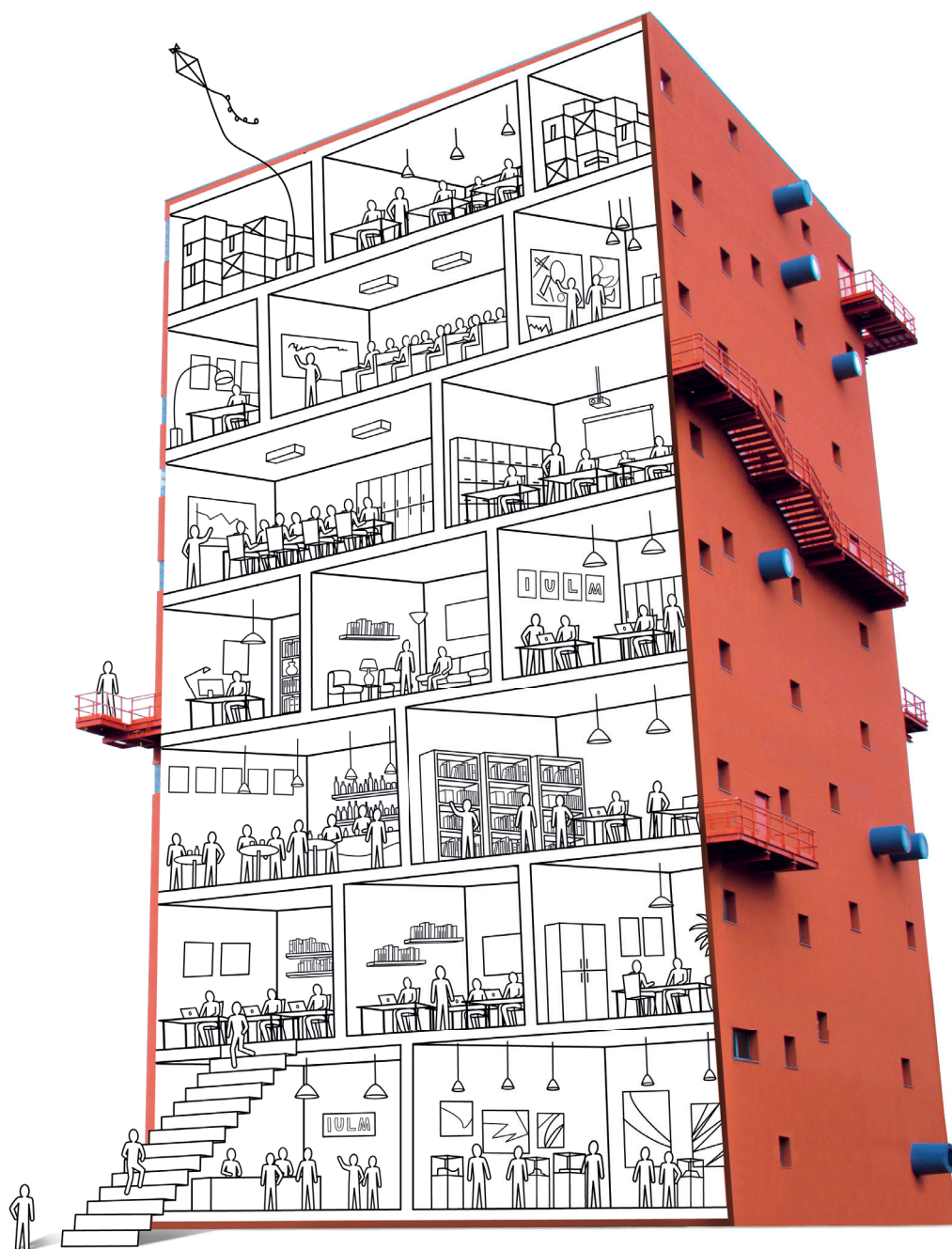


ENTRA NELLA FABBRICA DEL SAPERE



**GUIDA INTRODUTTIVA
AI CORSI DI LAUREA TRIENNALE E MAGISTRALE.
ANNO ACCADEMICO 2015 - 2016**

 UNIVERSITÀ
IULM
CONOSCO, CRESCO, CREO.



IULM, FUTURO SEMPLICE

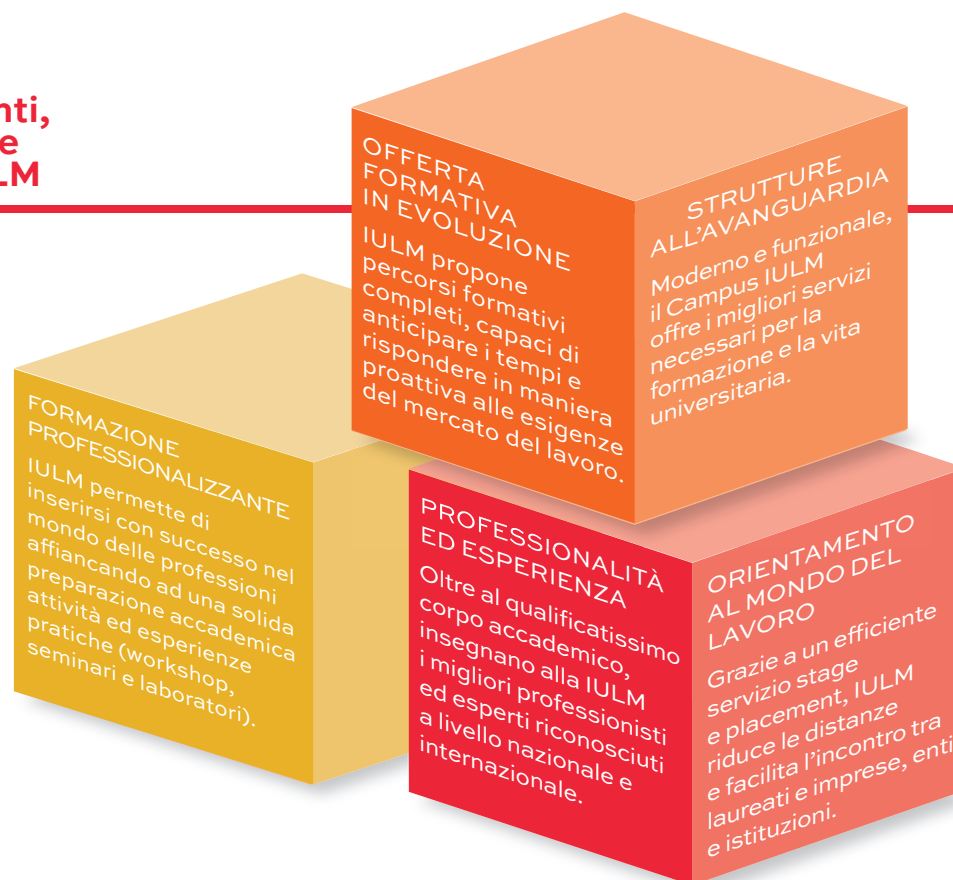
IULM È PIÙ DI UN'UNIVERSITÀ. IULM È IL POSTO GIUSTO PER TE.

Per il tuo futuro, per la tua carriera. Un mondo in cui crescere, imparare, stringere amicizie e, soprattutto, “provare a fare”, non solo studiare.

Un mondo con cui restare in contatto, anche dopo la Laurea. Come pochi altri Atenei, l'Università IULM ha saputo evolversi e cambiare, proponendosi sempre come interlocutore dinamico in un sistema dinamico, adattandosi ai cambiamenti e raccogliendo sfide sempre nuove. Un Ateneo attento all'evoluzione della società, della cultura e dei linguaggi, come pochi altri.

Università IULM. Ecco cosa farai da grande.

Quello che Studenti, Laureati e Imprese pensano della IULM

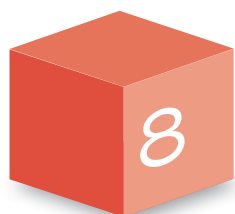


INDICE



MI METTO IN COMUNICAZIONE

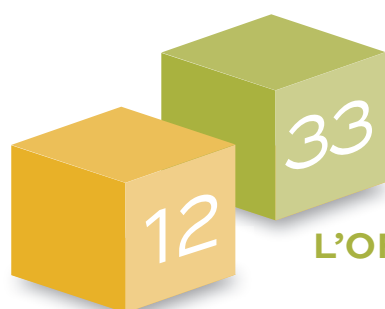
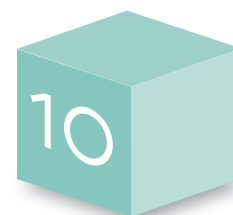
Solo IULM offre un imprinting completo per i comunicatori di domani.



PERCORSI DI STUDIO

Tutte le strade del tuo domani.

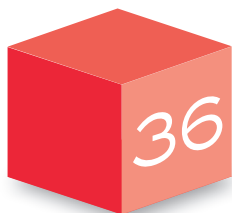
3 MODI PER DIRE FUTURO
Le Facoltà e i Corsi di Laurea.



L'OFFERTA FORMATIVA IULM

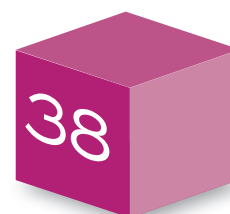
SCUOLA DI COMUNICAZIONE IULM
Il tuo futuro vive qui.





UFFICIO STAGE E PLACEMENT

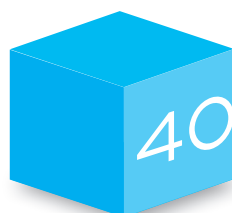
Un ponte con il mondo.



STUDIO, DUNQUE VIAGGIO

Erasmus, stage ed esperienze all'estero.

Modi per crescere



NON SOLO LEZIONI



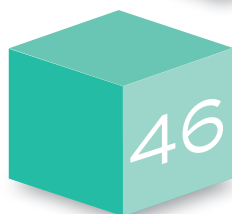
ALIULM

Join the network.



ISCRIZIONE

ai Corsi di Laurea Triennale.



ISCRIZIONE

ai Corsi di Laurea Magistrale.



MI METTO IN COMUNICAZIONE

**VIVIAMO NELL'ERA DELLA COMUNICAZIONE
E, SOPRATTUTTO, VIVIAMO DI COMUNICAZIONE.**

**Ma a cosa serve comunicare? E, soprattutto,
cosa serve per saper comunicare bene?**

Occorre innanzitutto allenarsi a capire in fretta i cambiamenti di una società in continua evoluzione.

Comunicatori non ci si improvvisa, lo si diventa. Occorre un know-how preciso e specifico, adeguato ai nuovi mezzi e ai nuovi linguaggi.

IULM garantisce un imprinting culturale completo ai comunicatori di domani, come nessun altro. Per questo ti offriamo insegnamenti, certo, ma anche vere “prove sul campo”; lezioni, ma anche occasioni per entrare in contatto con i migliori professionisti e manager del mondo del lavoro.

Per l'Università IULM, studiare significa, prima di tutto, imparare a fare. Vuoi lavorare nella Comunicazione? Ne hai facoltà.

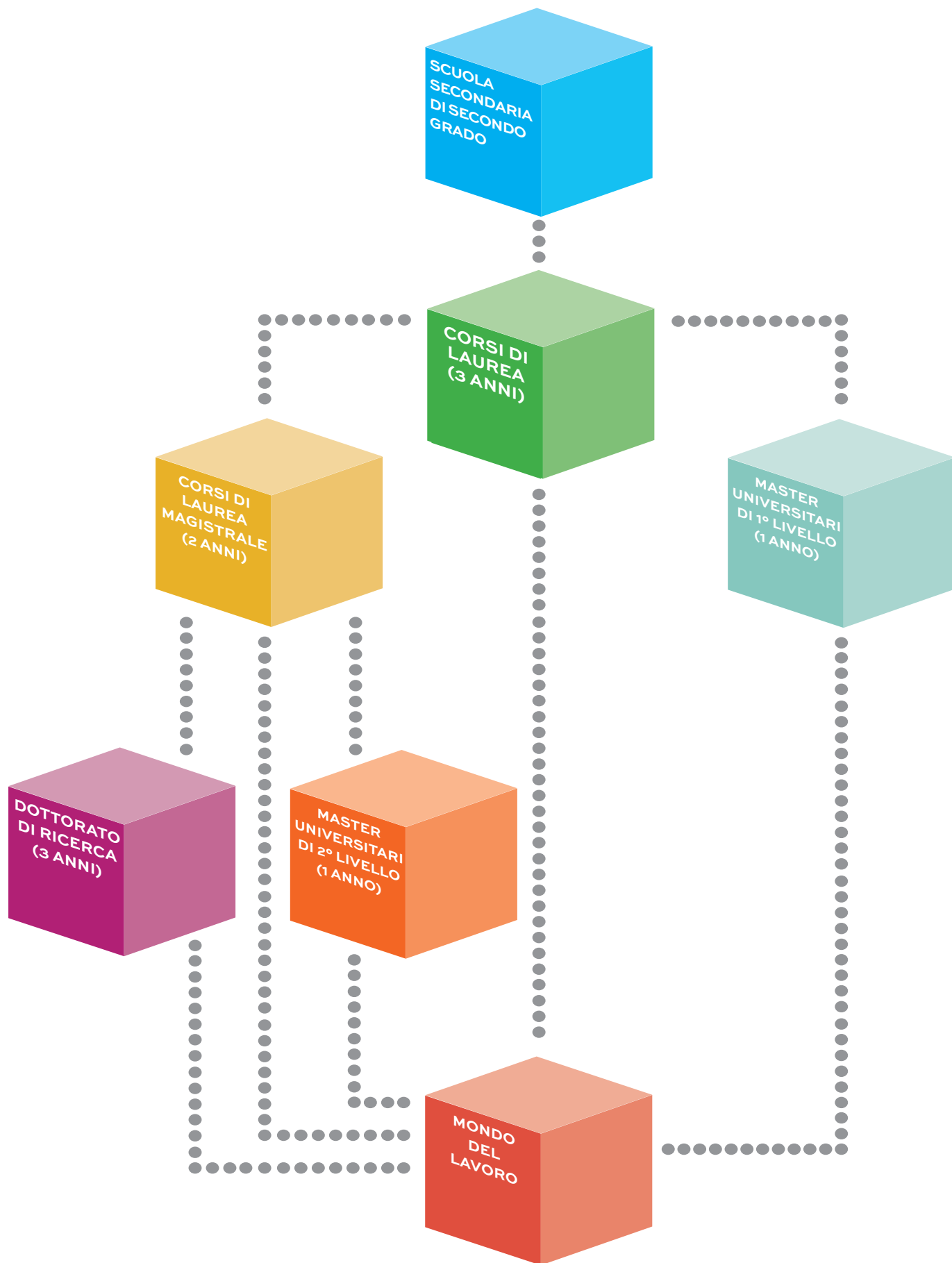


PERCORSI DI STUDIO

**QUALUNQUE SIANO LE TUE ASPETTATIVE
PER IL FUTURO, L'UNIVERSITÀ IULM FA PER TE.**

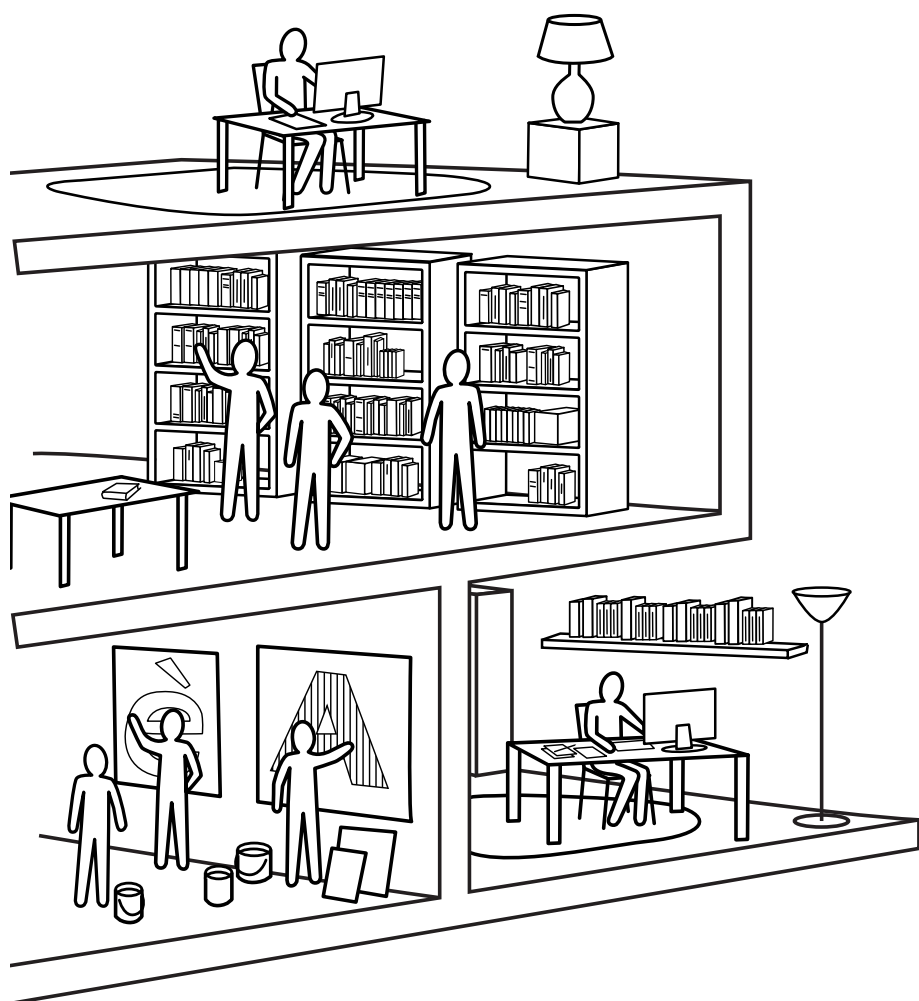
Vuoi inserirti subito nel mondo del lavoro? La Laurea Triennale ti darà tutte le competenze necessarie. Vuoi una formazione più approfondita? Continua gli studi con un Master di 1° livello, una Laurea Magistrale e un Master di 2° livello. Tutte le strade portano a IULM.





3 MODI PER DIRE FUTURO

STUDIARE PER LAVORARE. QUESTO È IL TUO OBIETTIVO.
QUESTO È IL NOSTRO MOTTO.



3 Facoltà, 5 Corsi di Laurea Triennale, 5 Corsi di Laurea Magistrale, 13 Master Universitari.

Una formazione solida e a 360° per preparare i professionisti di domani. Portare chi studia nel mondo del lavoro, portare chi lavora nel mondo di chi studia: numerosissime sono le partnership con Aziende, Istituzioni ed Enti pubblici e privati, italiani e stranieri.

INTERPRETARIATO, TRADUZIONE E STUDI LINGUISTICI E CULTURALI

Lauree Triennali:

- * Interpretariato e comunicazione

Lauree Magistrali:

- * Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza con 2 indirizzi: Interpretariato di conferenza e Traduzione specialistica
- * Studi culturali e Relazioni internazionali Cooperazione e Professioni per l'Europa

COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E PUBBLICITÀ

Lauree Triennali:

- * Comunicazione, media e pubblicità
- * Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa

Lauree Magistrali:

- * Marketing, consumi e comunicazione con 3 indirizzi: Retail Management, Brand Management e Digital Marketing Management
- * Televisione, cinema e new media con 2 indirizzi: Cinema e nuove tecnologie e Televisione e Cross Media

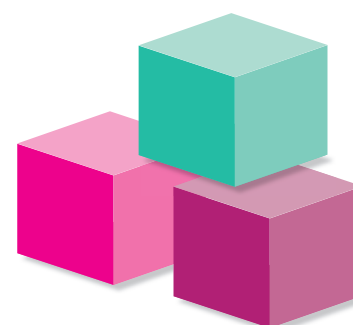
ARTI, TURISMO E MERCATI

Lauree Triennali:

- * Arti, design e spettacolo
- * Turismo: cultura e sviluppo dei territori

Lauree Magistrali:

- * Arti, patrimoni e mercati



CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN

INTERPRETARIATO E COMUNICAZIONE

Il Corso di Laurea Triennale in Interpretariato e comunicazione si caratterizza per il percorso formativo offerto, fortemente centrato sull'apprendimento delle lingue straniere in una prospettiva professionalizzante.

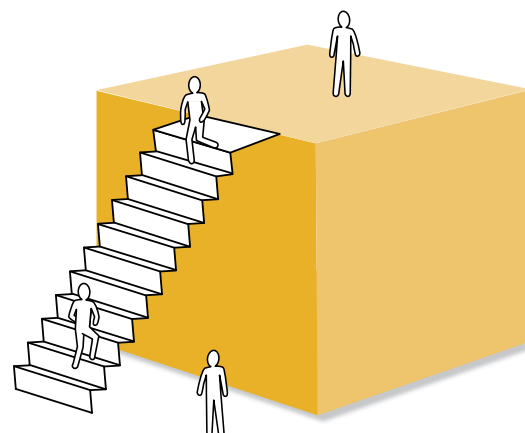
Obiettivo di fondo del Corso di Laurea è la formazione e l'avviamento dei giovani alla professione del mediatore linguistico e, più in prospettiva, dell'interprete e del traduttore, attraverso l'acquisizione di competenze di base oggi fondamentali

per l'inserimento nel mondo del lavoro in un contesto globalizzato e integrato: una conoscenza solida di due lingue straniere (inglese obbligatorio per tutti, seconda lingua a scelta fra francese, tedesco, spagnolo, arabo e russo), una forte preparazione nella comunicazione, nella mediazione linguistica oltre ad una valida cultura di base e alla possibilità di studiare una terza lingua straniera. L'attivazione delle lingue araba e russa è subordinata al raggiungimento di un numero minimo di 20 studenti iscritti.

Per questo, oltre alla capacità di interpretare e tradurre, in forma scritta e in forma orale, in due lingue straniere, sviluppata nelle attività di laboratorio linguistico, il corso di studi fornisce una conoscenza della letteratura, della cultura e della storia delle lingue studiate. Inoltre, la forte sinergia in ambito didattico con i professionisti dell'interpretariato, della traduzione, della comunicazione attivi nel mondo delle imprese nonché con docenti madrelingua, unitamente alle infrastrutture offerte da un campus estremamente moderno e dotato di un polo tecnologico-informatico di ultima generazione, permette di raggiungere un approccio critico alle problematiche della traduzione e dell'interpretariato, grazie allo studio di questioni di ambito teorico, metodologico, deontologico e psico-sociale.

Sbocchi Professionali

La Laurea in Interpretariato e comunicazione permette di inserirsi in tutti gli ambiti lavorativi nei quali vengono richiesti la conoscenza e l'uso professionale delle lingue straniere: dalle multinazionali al mondo della moda, dal giornalismo e l'editoria agli eventi culturali, in Italia e all'estero.



Piano degli studi consigliato

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Lingua e letteratura italiana	CFU
Principi di linguistica	12
Teoria e prassi della traduzione e dell'interpretariato di conferenza	6
Antropologia culturale	6

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di lingua inglese I	CFU
- Mediazione linguistica scritta: lingua inglese I	12
- Mediazione linguistica orale: lingua inglese I	6
Laboratorio di seconda lingua straniera I	6
- Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera I	12
- Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera I	6
Laboratorio di Strumenti informatici per la traduzione e l'interpretariato	6

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Cultura, letteratura e storia della lingua inglese	CFU
Cultura, letteratura e storia della seconda lingua	12
Storia contemporanea	12

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di lingua inglese II	CFU
- Mediazione linguistica scritta: lingua inglese II	12
- Mediazione linguistica orale: lingua inglese II	6
Laboratorio di seconda lingua straniera II	6
- Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera II	12
- Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera II	6

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Letterature comparate	CFU
Organizzazione internazionale	6
Economia delle aziende e dei mercati internazionali	6
Psicologia della comunicazione	6

LABORATORI VINCOLATI

Laboratorio di Lingua inglese III	CFU
- Mediazione linguistica scritta: lingua inglese III	12
- Mediazione linguistica orale: lingua inglese III	6
Laboratorio di seconda lingua straniera III	6
- Mediazione linguistica scritta: seconda lingua straniera III	12
- Mediazione linguistica orale: seconda lingua straniera III	6

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

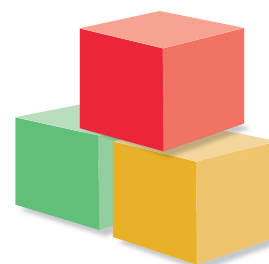
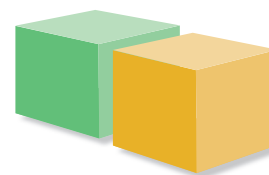
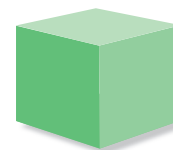
6

PROVA FINALE

6

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Lingue e culture nordiche I e II	CFU
Mediazione Linguistica (simultanea) Lingue: inglese, francese, tedesco e spagnolo I e II	6+6
Lingua e cultura russa	6+6
Letteratura anglo-irlandese	6
Glottologia	3



CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN TRADUZIONE SPECIALISTICA E INTERPRETARIATO DI CONFERENZA

Se ti interessa diventare un interprete esperto, in un'azienda o in un ente; oppure se vuoi diventare un traduttore affermato nell'ambito dell'editoria ma non solo, questo Corso di Laurea Magistrale parla la tua lingua. Per soddisfare in maniera ancora più completa ed esaustiva le tue esigenze, IULM ha attivato 2 differenti curricula:

• **Curriculum: INTERPRETARIATO DI CONFERENZA.**

Mira a formare veri esperti nell'ambito dell'interpretariato, in tutti i suoi possibili sbocchi e settori: dalle imprese, alle organizzazioni e istituzioni internazionali, ad 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, potrai 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 con specifico riferimento ai settori della moda e del design.

Sbocchi Professionali

Potrai ricoprire posizioni di prestigio sia nell'editoria, sia nell'ambito delle istituzioni nazionali e internazionali, nonché all'interno di enti e istituzioni operanti nei settori della didattica e della ricerca. In alternativa si può 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 SSML Carlo Bo in Mediazione Linguistica, accedono ad entrambi i curricula senza sostenere il test di ammissione.

Piano degli studi consigliato per il Curriculum Interpretariato di Conferenza:

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Lingua e cultura italiana
Linguaggi settoriali lingua inglese
Linguaggi settoriali seconda lingua straniera

CFU

6

9

9

LABORATORI

Mediazione linguistica: lingua inglese I
- Simultanea/Consecutiva
Mediazione linguistica: lingua francese I o spagnola I o tedesca I
- Simultanea/Consecutiva

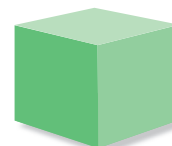
CFU

12

12

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

9



2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Sociologia dei processi culturali e comunicativi	CFU
Laboratorio di informatica applicata all'interpretazione	6
Diritto internazionale	6
Storia delle relazioni e dei trattati internazionali	6

LABORATORI

Mediazione linguistica: lingua inglese II - Simultanea/Consecutiva	CFU
Mediazione linguistica: lingua francese II o spagnola II o tedesca II - Simultanea/Consecutiva	12
Laboratorio di esperienze professionali	12
	3

PROVA FINALE

Lingua inglese - Simultanea/Consecutiva	12
Lingua francese o spagnola o tedesca - Simultanea/Consecutiva	3
Tesi di laurea magistrale	3
	6

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Complessivamente si devono acquisire 9 CFU da attività formative a scelta: è possibile scegliere quelle suggerite o quelle attivate presso altri Corsi di Laurea Magistrale	CFU
Teoria e prassi dell'interpretariato	3
Marketing internazionale	3

Piano degli studi consigliato per il Curriculum Traduzione specialistica:

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Traduzione specialistica: inglese I - Traduzione specialistica/Laboratorio di traduzione tecnico - scientifica	CFU
Traduzione specialistica: francese I o spagnolo I o tedesco I - Traduzione specialistica/Laboratorio di traduzione tecnico - scientifica	12
Lingua e cultura italiana	6
Letterature comparate	6
Diritto internazionale	6
Traduzione assistita	6

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

9

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

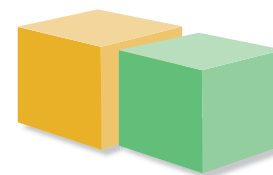
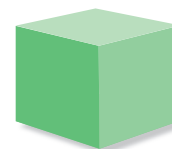
Traduzione specialistica: inglese II	CFU
Traduzione specialistica: francese II o spagnolo II o tedesco II	9
Retorica e composizione letteraria	9
Laboratorio di traduzione tecnico - scientifica: inglese II	6
Laboratorio di traduzione tecnico - scientifica: francese II o spagnolo II o tedesco II	12
Laboratorio di esperienze professionali	12
	3

PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Estetica	CFU
Fondamenti di retorica	6
Pragmatica della comunicazione scientifica	3
	3



CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
**STUDI CULTURALI
E RELAZIONI
INTERNAZIONALI**
COOPERAZIONE E PROFESSIONI PER L'EUROPA
IN COLLABORAZIONE CON ISPI

Una Laurea Magistrale attivata in collaborazione con il prestigioso Istituto di Studi di Politica Internazionale ISPI per formare esperti nelle lingue straniere e nelle politiche degli organismi internazionali.

La Laurea Magistrale in Studi culturali e relazioni internazionali (Classe LM-38, Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale) si configura come percorso di formazione specialistica che la Facoltà di Interpretariato, traduzione e studi linguistici e culturali attiva **in collaborazione con ISPI (Istituto di Studi di Politica Internazionale)**, il prestigioso Istituto fondato nel 1934 da un gruppo di imprenditori lombardi con l'obiettivo di creare a Milano un punto di riferimento per lo studio delle dinamiche internazionali, promuovendo - unico nel panorama italiano e fra i pochissimi in Europa - l'attività di ricerca nonché un altrettanto significativo impegno nella formazione (ISPI School) e nella convegnistica. L'ISPI realizza ogni anno oltre 150 pubblicazioni, 120 conferenze internazionali, tavole rotonde e seminari.

Nel progetto formativo elevate competenze linguistiche in almeno due lingue straniere si integrano con una preparazione a forte vocazione internazionale, particolarmente nell'ambito della cultura, dell'economia, della comunicazione e delle politiche degli attori della cooperazione internazionale.

Lo studio delle due lingue straniere – a scelta fra francese, inglese e arabo – completato dallo studio delle culture ad esse afferenti, costituisce infatti l'asse formativo propriamente linguistico del percorso di studi nei due anni di corso. Esso è affiancato e completato da studi di ambito socio-politico, economico, giuridico, storico, geografico declinati nella prospettiva della comunicazione internazionale per acquisire gli strumenti per intervenire nella cooperazione internazionale e a livello comunitario.

Sbocchi professionali

Al termine dei due anni del corso di studi, oltre alle competenze acquisite negli ambiti suddetti, gli studenti disporranno di una solida capacità di analisi giuridica, politologica e sociologica.

La capacità di applicare le conoscenze acquisite verrà sviluppata attraverso una didattica a forte vocazione laboratoriale che interessa in particolare le lingue straniere e le discipline di studi internazionali. Attraverso simulazioni e lavori di gruppo gli studenti avranno modo di verificare quanto appreso affiancando alla conoscenza teorica la capacità di 'saper fare'. In tal modo, il Corso di studi intende formare figure di specialisti dotati di una solida cultura internazionale, capaci di operare in contesti culturali e valoriali altamente differenziati.

Piano degli studi consigliato

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Due lingue a scelta tra:

- Lingua e cultura araba

Laboratorio di lingua araba

Cultura araba

- Lingua e cultura francese

Laboratorio di lingua francese

Cultura francese

- Lingua e cultura inglese

Laboratorio di lingua inglese

Cultura inglese

Diritto internazionale e dell'Unione Europea

Cooperazione internazionale

Comunicazione digitale

Epistemologia della globalizzazione

Studi culturali

Geografia delle relazioni internazionali

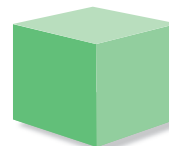
Storia e istituzioni dell'Unione Europea

Laboratori / Seminari / Tirocinio

4 corsi Winter School ISPI

CFU
Esame al II anno

6
6
6
9
6
6
6
9



2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Due lingue a scelta tra:

- Lingua e cultura araba

Laboratorio di lingua araba

Cultura araba

- Lingua e cultura francese

Laboratorio di lingua francese

Cultura francese

- Lingua e cultura inglese

Laboratorio di lingua inglese

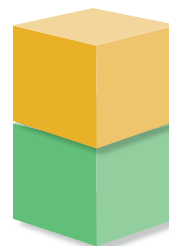
Cultura inglese

Economia dell'Unione Europea

Politiche dell'Unione Europea

CFU
12+12

6
9



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

PROVA FINALE

Corso EPSO ISPI

Tesi di laurea magistrale

15

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Due corsi a scelta tra:

Sociologia dei processi culturali e comunicativi (Lobbying)

Economia applicata (Euro-progettazione)

Storia e istituzioni del Medio Oriente

CFU

6
6
6

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN

COMUNICAZIONE, MEDIA E PUBBLICITÀ

La comunicazione è tuttora il primo comparto al mondo per investimenti, profitti e possibilità occupazionali. La rivoluzione digitale e l'affermazione dei nuovi media richiedono sempre più laureati in grado di gestire con solida professionalità i nuovi scenari della comunicazione. Il Corso di Laurea Triennale in Comunicazione, media e pubblicità si propone di preparare laureati capaci di progetti di comunicazione creativi e innovativi sia per i vecchi media (cinema, teatro, televisione, giornalismo) che per i nuovi (internet, web, social network, blog, smartphone, ecc). Anche la pubblicità viene insegnata nell'ottica delle nuove strategie di advertising rese possibili dal digitale.

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

Sbocchi Professionali

Sarai in grado di lavorare in tutti gli apparati dell'industria culturale, sia in ambito creativo che commerciale. Potrai diventare un attore nei mondi dell'editoria, del giornalismo, del cinema, della radio, della televisione, dei nuovi media e della pubblicità.



Piano degli studi consigliato

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

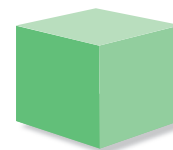
Introduzione ai media e sociologia dei processi culturali
Lo spettacolo nella società multimediale
- Fondamenti di teatro moderno e contemporaneo
- Laboratorio di comunicazione radiofonica
Mass media, new media e società delle reti
- La comunicazione multimediale
- Laboratorio di scritture multimediali e web design
Information and Communication Technology
Linguaggi e strategie della comunicazione pubblicitaria
Linguaggi del cinema e della TV
Semiotica
Professional English I

CFU

9
12

12

6
6
6
6
6



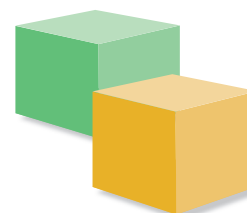
2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Storia contemporanea
Teorie e tecniche del linguaggio televisivo
Storia ed estetica del cinema
Psicologia della comunicazione audiovisiva
Metodologia e tecnica della ricerca sociale
Professional English II
Lingua e cultura seconda lingua straniera

CFU

6
6
9
6
9
6
6



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Letteratura e altri linguaggi
- Letterature comparate
- Laboratorio di suono, immagine, racconto
- Linguaggi musicali
Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico
Economia politica
Teoria e tecniche della comunicazione pubblica
Professional English III

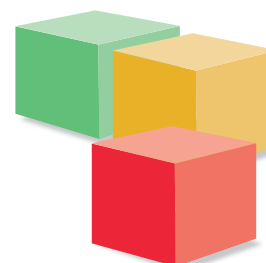
CFU

12

9
9
9
6

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6



PROVA FINALE

6

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Laboratorio di scrittura creativa
Laboratorio di giornalismo
Laboratorio di advertising
Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace
Storia del cinema italiano
I mercati dei media

CFU

6
6
6
6
6
6

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN

RELAZIONI PUBBLICHE E COMUNICAZIONE D'IMPRESA

Il Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche e Comunicazione d'Impresa prepara a diventare professionisti nella gestione dei processi di comunicazione di organizzazioni private e pubbliche, utilizzando tutti gli strumenti oggi disponibili, dalla pubblicità ai nuovi media legati alla diffusione di Internet che permettono una forte personalizzazione dei messaggi e un'esplicita interazione con l'interlocutore. Un insieme di competenze complesse, che richiedono non solo la comprensione dei meccanismi che governano la comunicazione, ma anche di quelli che regolano la vita delle imprese che la generano, degli individui che la ricevono e del contesto economico e sociale entro il quale essa assume significato.

Sbocchi Professionali

Potrai lavorare nel marketing, come Product e Brand Manager, nelle relazioni esterne e negli uffici stampa. Ma anche nelle agenzie pubblicitarie e di pubbliche relazioni, nelle agenzie di promozione e organizzazione di eventi o che svolgono ricerche di mercato.

Caratterizzazione del mercato di riferimento

La principale famiglia professionale di riferimento per i laureati in Relazioni Pubbliche e Comunicazione d'Impresa è la funzione marketing, oggi presente e sempre più rilevante in tutte le imprese, grandi e piccole, e sempre più spesso anche nelle organizzazioni senza scopo di lucro. Inoltre, potranno inserirsi come specialisti nelle relazioni esterne di organizzazioni pubbliche e private e nelle imprese che offrono servizi specialistici di comunicazione.



Piano degli studi consigliato

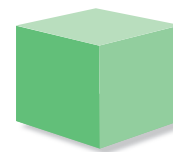
1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Introduzione ai media e sociologia dei processi culturali
Economia aziendale
Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa
Information and Communication Technology
Consumi e cultura d'impresa
Linguaggi della pubblicità
Semiotica
Professional English I

CFU

9
9
9
6
6
6
6
6



2° ANNO

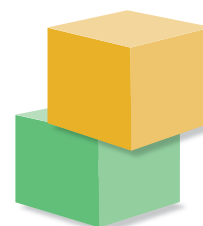
ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Psicologia dei consumi e neuromarketing
Marketing
Statistica e ricerche di mercato
Innovazione e società nell'era digitale
- Sociologia del cambiamento
- Innovazione, memoria e storia dell'impresa
Teoria e tecnica della comunicazione pubblica
Professional English II
Lingua e cultura seconda lingua straniera

CFU

6
9
9
9

6
6
6



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

3° ANNO

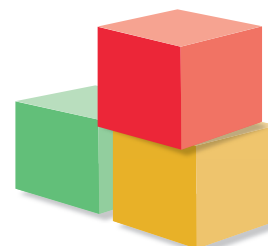
ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Laboratorio di Relazioni pubbliche
Economia politica
Laboratorio di scrittura e comunicazione in lingua italiana
Organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane
Istituzioni di diritto pubblico e privato
Laboratorio di creatività
Uno a scelta tra:
- Creatività e progettazione
- Tecniche di creatività pubblicitaria
Professional English III

CFU

6
9
6
6
6
9

6



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

PROVA FINALE

6

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Comunicazione sociale
Strategia e politica aziendale
Comunicazione aziendale e linguaggi digitali
Comunicazione politica
Politiche pubbliche per le comunicazioni
Retail & Brand Communication

CFU

6
6
6
6
6
6

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN

MARKETING, CONSUMI E COMUNICAZIONE

Marketing oggi significa essere presenti nella mente del consumatore con la propria marca, avere spazio per i propri prodotti nelle reti di vendita fisiche e virtuali, e partecipare alle conversazioni in rete con i propri clienti.

Il Corso di Laurea Magistrale in Marketing, consumi e comunicazione ti insegna come farlo.

Il corso di studi ti permetterà di acquisire le conoscenze e le competenze necessarie per lavorare nell'ambito del marketing e della comunicazione di marca, sia nel mondo tradizionale che in quello nuovo dei social media.

Grazie a una didattica dal taglio molto operativo e alla presenza di numerosi professionisti ed esponenti della business community, potrai sviluppare competenze e capacità operative indispensabili per ricoprire ruoli di responsabilità nell'ambito del retail o del brand management o del nuovo scenario del mondo digitale.

Sarai in grado di saper individuare e sfruttare le nuove opportunità, muovendoti in un mercato sempre più competitivo.

La Laurea è organizzata su tre indirizzi:

Brand Management, Retail Management e Digital Marketing Management.



Curriculum: BRAND MANAGEMENT

L'Indirizzo affronta i temi della gestione della marca, lo strumento attraverso il quale si costruisce la relazione con il cliente e si instaura con lui un rapporto duraturo con la comunicazione. Forma professionisti nell'analisi, nella progettazione e nella gestione delle politiche di marca di beni e servizi.

Sbocchi professionali

Potrai diventare brand e product manager nei settori del marketing e della pianificazione strategica; comunicatore nelle imprese e nelle agenzie; analista nelle società di consulenza.

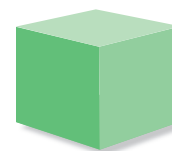
Piano degli studi consigliato

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Marketing e marca
Consumi e società
Comunicazione d'impresa
Analisi e ricerche di mercato
Analisi competitiva
Laboratorio di English for Business
Strategie e politica delle aziende di marca

CFU
9
6
6
6
9
Esame al II anno
9



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

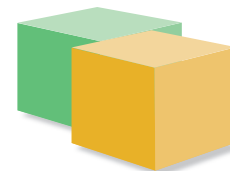
12

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Laboratorio di English for Business
Identità visiva della marca
Strategie di crescita delle aziende di marca
Diritto della marca
Brand Lab (Identità e valori della marca)
Stage/Workshop professionale

CFU
12
9
6
6
6
6



PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale

18

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Issue & Crisis Communication
Teoria e modelli di organizzazione e management
Stili e tendenze di consumo: analisi evolutiva e comparativa
Strategia e performance aziendali
Moda contemporanea
Strategia e politica delle aziende ad alto contenuto di design
Laboratorio di Statistica Sociale per la social network analysis
Digital markets
Misurazione delle performance della comunicazione

CFU
6
6
6
6
6
6
6
6
6

Curriculum: RETAIL MANAGEMENT

L'Indirizzo affronta i temi della gestione delle reti di vendita, i luoghi, fisici e virtuali, dove il consumatore entra in contatto con l'offerta delle imprese e compie le sue decisioni d'acquisto. Prepara professionisti nella gestione delle imprese di retail e, in quelle di produzione, esperti nella gestione delle relazioni con la grande distribuzione.

Sbocchi professionali

Potrai lavorare, con elevate responsabilità, nell'area del marketing e in quella commerciale; operare presso enti e associazioni di categoria con competenze nel settore del commercio e della distribuzione o in società di ricerche di mercato.

Piano degli studi consigliato

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Marketing e retail
Consumi e società
Comunicazione d'impresa
Analisi e ricerche di mercato
Analisi competitiva
Laboratorio di English for Business
Retail and Channel Management

CFU

9

6

6

6

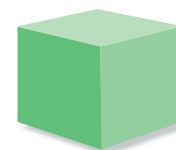
9

Esame al II anno

9

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12



2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Laboratorio di English for Business
Laboratorio di Trade marketing
In-store Marketing
Tutela del consumatore
Progettazione dei luoghi del consumo
Stage/Workshop professionale

CFU

12

6

9

6

6

6



PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale

18

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Issue & Crisis Communication
Teoria e modelli di organizzazione e management
Stili e tendenze di consumo: analisi evolutiva e comparativa
Strategia e performance aziendali
Moda contemporanea
Strategia e politica delle aziende ad alto contenuto di design
Laboratorio di Statistica Sociale per la social network analysis
Digital markets
Misurazione delle performance della comunicazione

CFU

6

6

6

6

6

6

6

6

6

Curriculum: DIGITAL MARKETING MANAGEMENT

L'indirizzo integra in un'ottica di sistema l'insegnamento delle nuove forme di comunicazione digitale con quello proprio della comunicazione tradizionale, formando figure professionali capaci di operare con competenze concrete e distintive nell'ambito del marketing e della comunicazione digitale e avvalendosi della presenza di aziende di primaria importanza. Prevede inoltre per i suoi studenti un percorso di formazione e sviluppo che permette l'acquisizione delle soft skills (come la leadership, il public speaking, ecc.) indispensabili per confrontarsi con successo con il mondo delle professioni.

Sbocchi professionali

Il corso fornisce le competenze specifiche e gli strumenti per lavorare nell'ambito di aziende, enti, agenzie di comunicazione e società di consulenza a livello nazionale e locale, ricoprendo il ruolo di manager nelle aree del digital marketing, communication strategy, digital communication, media planning, social media marketing e web marketing.

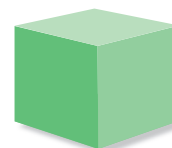
Piano degli studi consigliato

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Digital Marketing	6
Epistemologia della globalizzazione	6
Ricerche di mercato e data analysis	15
- Analisi esplorativa dei dati	
- Digital auditing e analytics/Modelli interpretativi multivariati	
Marketing avanzato	9
English for Business	
Economia delle aziende digitali	6
Società delle reti e societing	6

CFU
6
6
15
9
Esame al II anno
6
6



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Strategie e tecniche di social media marketing	6
English for Business	9
Communication strategy e media planning	9
Diritto per l'impresa e la comunicazione digitale	6
Leadership, dinamiche di gruppo e psicologia nelle organizzazioni complesse	6
Stage/Workshop professionale	6

CFU
6
9
9
6
6
6



PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale con laboratori professionalizzanti

18

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Issue & Crisis Communication	6
Teoria e modelli di organizzazione e management	6
Stili e tendenze di consumo: analisi evolutiva e comparativa	6
Strategia e performance aziendali	6
Moda contemporanea	6
Strategia e politica delle aziende ad alto contenuto di design	6
Laboratorio di Statistica Sociale per la social network analysis	6
Digital markets	6
Misurazione delle performance della comunicazione	6

CFU
6
6
6
6
6
6
6
6

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN TELEVISIONE, CINEMA E NEW MEDIA

Regista, sceneggiatore, autore televisivo e cinematografico, montatore digitale, esperto di new media, interactive designer. Alla IULM, lo spettacolo è una cosa seria.

Unico nel panorama nazionale, il corso di laurea fornisce una preparazione teorica (corsi) e tecnica (laboratori) alla progettazione e produzione audiovisiva per i media tradizionali (cinema, televisione) e nuovi (web), insegnando agli studenti a sviluppare gli skills creativi e gestionali necessari all'inserimento nei mercati di riferimento internazionali.

Il **primo anno comune** approfondisce la riflessione sul rapporto immagine/suono e sull'immaginario digitale (corsi) e insegna le tecniche della regia, della ripresa sonora, del montaggio digitale e della direzione della fotografia (laboratori).

Il **secondo anno** si sdoppia in **due indirizzi**:

- **Cinema e nuove tecnologie**: in cui si studia messa in scena e storytelling, cinema digitale e d'animazione, 3D ed effetti digitali, nuove piattaforme di fruizione (Youtube), cinema espanso, organizzazione di festival, rassegne, mostre e musei del cinema, scrittura critica, filmologia;

- **Televisione e cross media**: in cui si studia storytelling cross-mediale, format e serie tv, progettazione e produzione di web tv e web series, interaction design per i videogame, social media e web communication, modelli di business televisivo e cross-mediale.

Gli studenti hanno a disposizione un **Laboratorio Multimediale** con spazi e attrezzature all'avanguardia per realizzare i loro progetti (cortometraggi, spot pubblicitari, numeri zero di format televisivi).

Uno **Stage** permette loro di confrontarsi con il mondo del lavoro, usufruendo degli accordi stipulati dal corso di laurea con televisioni come Mediaset e Sky, con case di produzione cinematografica e televisiva come Magnolia, con enti come il Teatro alla Scala, la Triennale di Milano, l'Associazione Festival Italiani di Cinema, il Noir in Festival di Courmayeur.

Tra i docenti del corso: Maurizio Nichetti (regista), Elio De Capitani (attore/regista, Teatro Elfo Puccini), Gianni Canova (critico per Sky Cinema, direttore 8 1/2), Bruno Bigoni e Andrea Caccia (registi, documentaristi), Giovanni Chiaramonte (fotografo), Minnie Ferrara (produttrice), Fabio Vittorini (critico per Il Manifesto e Duellanti), Michelangelo Frammartino (videoartista, regista), Massimo Schiavon (direttore della fotografia) e Diego Cassani (montatore), Leila Fteita (scenografa di Özpetek e Ronconi), Marco Chiappa (Direttore produzione Magnolia), Roberto Cenci (regista e autore televisivo), Umberto Marino (regista e commediografo), Giorgio Gosetti Di Sturmeck (Direttore Noir Festival).

Sbocchi professionali

Sceneggiatore * regista * montatore * direttore della fotografia * autore di cinema digitale e d'animazione * autore di format o fiction televisive * ideatore di videogame * esperto di 3D ed effetti digitali * ideatore di cinema espanso * organizzatore di festival e rassegne * critico cinematografico o televisivo * autore di ipertesti interattivi e narrazioni cross-mediali * produttore web tv * interactive designer * esperto di social media e business cross-mediale.

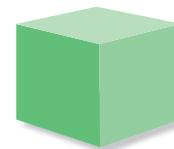
Piano degli studi consigliato

1° ANNO COMUNE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

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	
- Laboratorio di suono a presa diretta	
Visual studies	12
- Teoria, storia e tecnica della fotografia	
- Laboratorio di videoarte e installazioni audiovisive	
Immaginari dell'era digitale	6

CFU



UN'ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

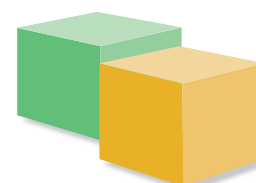
6

2° ANNO INDIRIZZO: CINEMA E NUOVE TECNOLOGIE

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Storytelling e narrazione per il cinema	12
- Tecniche del racconto	
- Laboratorio di sceneggiatura	
Laboratorio di animazione ed effetti visivi	9
- Cinema d'animazione	
- Effetti visivi e digitali	
Cinema espanso	6
- Organizzazione e gestione di festival e rassegne/ Archivi, mostre e musei del cinema	
Laboratorio di filmologia	9
- Filmologia/Laboratorio di scrittura critica per il cinema e lo spettacolo	
Stage/Workshop professionale	3

CFU



UN'ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

6

PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale

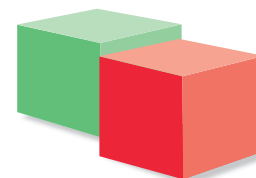
12

2° ANNO INDIRIZZO: TELEVISIONE E CROSS MEDIA

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Storytelling e narrazioni cross-mediali	12
- Format e serie tv/Laboratorio di progettazione e produzione di web series	
New Media ed Entertainment digitale	12
- Videogame e Digital Entertainment/Laboratorio di interaction design	
Tv, social media e web	6
Elementi e modelli di business televisivo e cross-mediale	6
Stage/Workshop professionale	3

CFU



UN'ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA

6

PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Laboratorio di cinema documentario	6
Laboratorio di recitazione e direzione dell'attore	6
Laboratorio di scenografia e location management	6
Strategie di produzione e product placement	6
Teatro nel mondo, teatro del mondo	6
Laboratorio di regia televisiva	6
Inglese per i media	6
Documentare e raccontare l'arte	6

CFU

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN **ARTI, DESIGN E SPETTACOLO**

Il Corso di Laurea Triennale in Arti, design e spettacolo fornisce le competenze di base per orientarsi nel mondo delle professioni culturali e creative e nell'ambito del sistema delle arti.

Scenari in continua trasformazione che richiedono preparazione culturale e abilità economico-manageriali; skills il cui raggiungimento costituisce l'obiettivo del percorso formativo triennale, propedeutico all'ingresso nel mercato delle professioni culturali e creative. Un panorama che in Italia ha un grande potenziale e da luogo a un numero crescente di occupati a cui corrisponde un'incidenza crescente a livello globale.

Rispondendo a queste esigenze il Corso di Laurea in Arti, design e spettacolo è organizzato in diversi settori che spaziano dalle arti alle scienze sociali. Nella varietà dei contenuti proposti, Storia dell'arte e dei linguaggi visivi contemporanei, Teoria e tecnica della divulgazione artistica in televisione, Marketing e comunicazione della cultura ed Economia della cultura costituiscono le materie caratterizzanti l'iter di studi.

Articolato in momenti di didattica frontale, workshop ed esperienze "sul campo", il programma è pensato per fornire agli iscritti una preparazione teorica di base e un'attenta verifica pratica delle conoscenze acquisite, supportata da attività laboratoriali, visite di studio presso musei e set televisivi, confronti one to one con professionisti militanti, cicli di incontri con 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 e riservate agli studenti del Triennio e dall'offerta di numerose esperienze professionalizzanti.

Sbocchi professionali

Il corso è rivolto a formare professionisti nell'ambito della documentazione, della conservazione, della valorizzazione e della divulgazione dei beni artistici. E, inoltre, professionalità nell'ambito della progettazione, della produzione, della realizzazione e della promozione di eventi artistici e culturali. In particolare, si segnalano i seguenti profili professionali:

Operatori nella produzione, organizzazione e distribuzione degli eventi e/o dei prodotti artistici, teatrali, musicali, cinematografici, televisivi e multimediali * Consulenza su marketing delle attività culturali e dello spettacolo * Tecnici e/o funzionari nelle istituzioni pubbliche e private che si occupano di arte, di spettacolo e di beni culturali * Operatori economici di fondazioni culturali e artistiche, di gallerie, di case d'aste * Ideazione e curatela di mostre, di eventi, di iniziative culturali * Tecnici nell'ambito della produzione dei media * Editoria tradizionale e multimediale.

Il corso di laurea triennale in Arti, design e spettacolo prepara gli iscritti all'accesso alle lauree di secondo livello. Tra queste, l'ideale prosecuzione specialistica è la Laurea Magistrale in Arti, Patrimoni e Mercati, attiva presso la stessa Facoltà di Arti, turismo e mercati.

Piano degli studi consigliato

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Fondamenti di storia dell'arte

- Storia dell'arte medievale
- Storia dell'arte moderna

Linguaggi visivi contemporanei

- Storia dell'arte contemporanea
- Arte e media

Fenomenologia degli stili

- Fenomenologia degli stili
- Arte e social media

Moda e comunicazione visiva

- Design interaction
- Storia della moda

Storia contemporanea

Fondamenti di economia

Professional English I

CFU

12

12

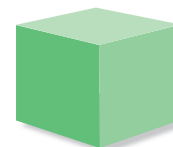
6

12

6

6

6



2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Il sistema dello spettacolo

- Produzione e organizzazione del teatro contemporaneo
- Produzione e organizzazione del cinema d'arte
- Produzione e organizzazione della musica contemporanea

Storia dell'architettura e del design contemporaneo

Economia della cultura

Sociologia e psicologia dell'arte e dei media

- Sociologia dei processi culturali e comunicativi
- Forme del giornalismo culturale
- Psicologia dei processi cognitivi

Professional English II

Lingua e cultura seconda lingua straniera

CFU

18

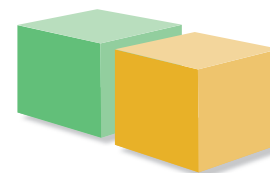
6

6

12

6

6



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Estetica

Letterature contemporanee

Teoria e tecnica della divulgazione artistica in televisione

Forme di organizzazione dell'arte

Management e Marketing delle attività culturali e dello spettacolo

Professional English III

Stage/Workshop professionale

CFU

6

6

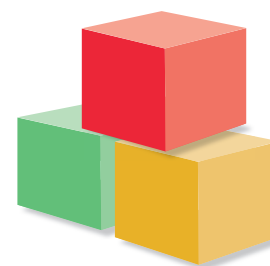
6

6

6

6

6



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

PROVA FINALE

6

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Teoria e tecnica della fotografia

Iconografia e Iconologia

Storia delle tecniche artistiche

CFU

6

6

6

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN

TURISMO: CULTURA E SVILUPPO DEI TERRITORI

Il Corso di Laurea Triennale in Turismo: cultura e sviluppo dei territori offre una formazione di punta, capace di intercettare le prospettive di impiego in uno dei pochi settori che si sono mostrati capaci di sfuggire alla morsa della crisi a livello internazionale.

Il Corso di Laurea profila una solida preparazione di base, per l'acquisizione di competenze tecnico-professionali nei campi della gestione e dell'organizzazione dei servizi turistici attraverso lo studio delle scienze economiche, sociali e territoriali. Alle conoscenze del management, si affiancano le tecniche di promozione e fruizione dei beni e delle attività culturali, collocandole all'interno dei mercati specifici a livello locale, nazionale e internazionale. La padronanza della lingua inglese e conoscenze basilari in un'altra lingua straniera a scelta consentiranno infatti di operare in realtà europee e internazionali. Accanto a questo profilo consolidato, il Corso di Laurea costruisce un percorso formativo innovante, proiettato sugli scenari aperti della globalizzazione, nei quali il laureato IULM sia in grado di cogliere le potenzialità di sviluppo dei luoghi, attraverso l'individuazione, la valorizzazione e la patrimonializzazione delle risorse paesistiche e culturali, in un orizzonte di sostenibilità.

Il corso fornisce gli strumenti per progettare e gestire lo sviluppo dei luoghi attraverso la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio ambientale e storico-artistico, italiano e internazionale. La sua caratteristica è quella di garantire una formazione completa, sia progettuale che gestionale e culturale.

Sbocchi Professionali

Il laureato IULM acquisisce una sicura formazione tecnica ed operativa per le consolidate professioni del turismo quali: * Funzioni marketing e commerciale in tour operator di viaggi
* Gestione alberghiera, di villaggi turistici presso enti e associazioni *Promotore di località turistiche presso enti e associazioni, sia nel settore pubblico che nel settore privato
*Programmatore e gestore di eventi per il turismo di svago e d'affari.

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



Piano degli studi consigliato

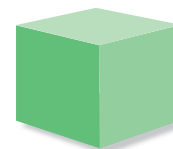
1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Geografia, culture e turismo
Economia delle aziende turistiche
Sociologia del turismo
Psicologia del turismo
Storia contemporanea
Information and Communication Technology
Diritto del turismo
Professional English for Tourism I

CFU

6
9
6
6
9
6
9
9



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

6

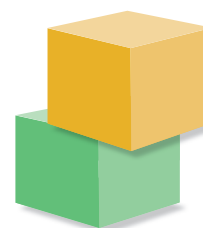
2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Politiche del territorio e dell'ambiente
Eventi, turismo e territorio
Culture e letterature comparate
Storia dell'arte contemporanea
Antropologia del turismo
Politica del turismo e cooperazione internazionale
Marketing e revenue management
Destination Management
Professional English for Tourism II
Lingua e cultura seconda lingua straniera

CFU

6
6
6
9
6
6
6
6
6
6



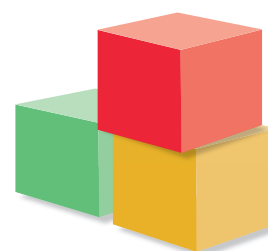
3° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Archeologia e storia dell'arte antica
Gestione delle risorse umane e service management
Economia del turismo culturale
Professional English for Tourism III
Conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro
Stage di competenze professionali

CFU

6
6
6
6
6
6



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

PROVA FINALE

3

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Storia della navigazione e delle scoperte geografiche
Culture del turismo
Mobilità sociale ed empowerment di comunità
Storia delle città
Accounting
Laboratorio di Fundraising, turismo e creatività
Linguaggi del turismo
Arti e drammaturgia del mondo classico
Turismi emergenti: geografie, culture, organizzazioni
Sviluppo locale e beni comuni

CFU

6
6
6
6
6
6
6
6
6
6

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
**ARTI, PATRIMONI
E MERCATI**
IN COLLABORAZIONE CON LA TRIENNALE DI MILANO

Il Corso di Laurea Magistrale in Arti, patrimoni e mercati fornisce competenze avanzate di tipo storico-artistico, economico, gestionale e organizzativo 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, comunicatori culturali, galleristi, direttori di museo e consulenti che sappiano gestire il rapporto tra arte e mercato in tutte le sue fasi.

Un programma di studi che consente di approfondire e consolidare le conoscenze teoriche e permette di acquisire le pratiche metodologiche utili a comprendere e a controllare i processi di produzione culturale, a organizzare e curare eventi e mostre d'arte, a comunicare e divulgare l'arte attraverso il mezzo televisivo.

Il corso di Laurea Magistrale in Arti, patrimoni e mercati si avvale della collaborazione tra l'Università IULM e la Triennale di Milano. Partnership che garantisce il diretto confronto con lo staff di esperti che operano nei diversi settori della prestigiosa Fondazione. Un'opportunità professionalizzante che arricchisce l'offerta formativa strutturata nel suo complesso e nelle singole materie d'insegnamento in un'ottica di sinergia tra accademici e professionisti di chiara fama.

Momenti di didattica frontale seguiti da confronti one to one con professionisti militanti, seminari propedeutici a workshop ed esperienze "sul campo", accanto a una vasta attività laboratoriale, costituiscono l'ossatura del corso di laurea. Cicli di incontri con protagonisti del sistema dell'arte, della cultura e dello spettacolo, occasioni di confronto con istituzioni e fondazioni pubbliche e private, progetti e collaborazioni con enti esterni, stage e tirocini in Italia e all'estero ne perfezionano l'articolazione.

Attività laboratoriali seguite da professionisti di Rai5 consentono agli studenti al primo anno di mettersi alla prova con la produzione televisiva e la divulgazione dell'arte in TV e di vedere in onda i risultati ottenuti in diverse puntate del programma "Cool Tour".

Importanti internship presso partner internazionali come l'Israel Museum vengono presentati durante ogni Anno Accademico.

Completa l'iter formativo dei laureandi un project-work di fine corso che consiste nella curatela, organizzazione e comunicazione di una mostra d'arte contemporanea realizzata dagli studenti con il supporto dell'Università Iulm e della Triennale di Milano.

Sbocchi professionali

Il Corso Laurea Magistrale in Arti, patrimoni e mercati è rivolto a formare professionisti che ricoprono 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, della produzione, della realizzazione e della 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, teatrali, cinematografici, televisivi e multimediali * Management e marketing delle attività culturali e dello spettacolo * Management delle istituzioni pubbliche e private che si occupano di arte, di spettacolo e di beni culturali * 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 * Produzione dei media * Editoria tradizionale e multimediale.

Piano degli studi consigliato

1° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Il sistema delle arti

- Metodologia dell'attribuzione e del riconoscimento delle opere d'arte
- Lavorare nelle case d'asta
- Storia e critica dell'arte contemporanea

Economia per la creatività

- Fondamenti di economia della cultura e dell'arte
- Economia e gestione delle imprese culturali

Media for arts

- Pratiche della divulgazione dell'arte in televisione
- Laboratorio di produzione televisiva per l'arte

Diritto dei Beni Culturali in Italia e in Europa

Analisi dei movimenti artistici

Strategie e pratiche del visual design

Teorie e forme del mercato dell'arte

- Teorie del mercato dell'arte
- Forme del mercato dell'arte

CFU

12

12

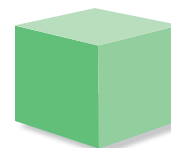
12

6

6

6

6



2° ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE

Pratiche operative

- Metodologia dell'allestimento degli eventi culturali
- Curatela delle mostre d'arte contemporanea

Teorie e tecniche di scrittura

Laboratorio di progettazione artistica e culturale (presso la Triennale di Milano)

Laboratorio di produzione artistica e culturale (presso la Triennale di Milano)

Laboratorio di comunicazione artistica e culturale (presso la Triennale di Milano)

CFU

12

6

6

6

6



ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

PROVA FINALE - Tesi di Laurea Magistrale

12

TRA LE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

Nuove forme di archiviazione dell'arte

Gestione delle organizzazioni culturali

Arte contemporanea in USA

Behavioral Economics

Forme di valorizzazione dei beni culturali

Metodologia dei musei d'impresa

CFU

6

6

6

6

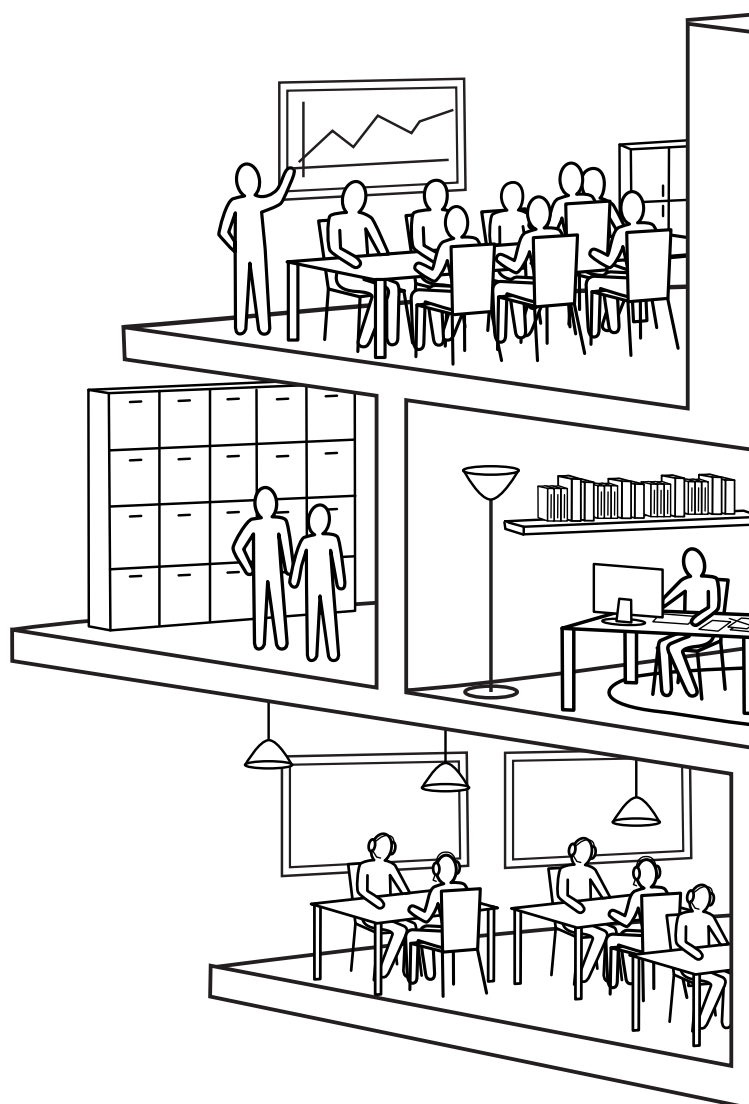
6

6

SCUOLA DI COMUNICAZIONE IULM. IL TUO FUTURO VIVE QUI

Scuola di Comunicazione IULM è la struttura di Formazione post-lauream e post-experience dell'Università IULM.

I nostri Master Universitari, Specialistici ed Executive Courses costituiscono l'offerta formativa d'eccellenza per lo sviluppo manageriale dei futuri professionisti della Comunicazione.



La Faculty

Scuola di Comunicazione IULM può vantare una faculty composta oltre che da personale docente dell'Ateneo, da Visiting Professors e Professionisti affermati che hanno ormai nei loro curricula anni di esperienza didattica.

L'offerta formativa

L'offerta della Scuola di Comunicazione si articola in corsi pre, inter, post-experience: master universitari, master specialistici, executive master, executive courses, corsi professionalizzanti, seminari, workshop di approfondimento e corsi on demand nella logica della formazione continua erogati attraverso le più innovative metodologie didattiche.

Master Universitari:

- Editoria e produzione musicale
- Management e comunicazione del Made in Italy: promozione enogastronomica e valorizzazione delle eccellenze del territorio (in collaborazione con CERISDI)
- Management e comunicazione per la direzione sanitaria (in collaborazione con IPASVI Palermo)
- Organizzazioni e comunicazione per il case manager in sanità (in collaborazione con IPASVI Belluno)
- Food & Wine Communication (in collaborazione con Gambero Rosso)
- Comunicazione per le Relazioni Internazionali (MICRI)
- Food Design (in collaborazione con la Scuola Politecnica di Design)
- International Communication (MIC)
- Management della Comunicazione Sociale, Politica e Istituzionale (MASPI)
- Management del Made in Italy. Consumi e comunicazione della moda, del design e del lusso
- Sustainable Urban Management
- Management delle Risorse Artistiche e Culturali (MaRAC) – IULM Roma
- Tourism Management (MTM)
- Management sanitario per le funzioni di coordinamento (MASA) - sedi di Milano, Mantova, Belluno, Palermo
- Giornalismo
- Interpretariato di conferenza - IULM Roma

Master Specialistici:

- Copywriting e comunicazione pubblicitaria
- Social Gaming & Mobile Application Design
- Masterbook
- Museologia europea
- Imprenditorialità e management del turismo sostenibile e responsabile (CTS)

Master Executive

- Relazioni pubbliche d'Impresa (MARPI)
- Comunicazione, Lobbying and Public Affairs
- Il mestiere del fotografo nell'era digitale
- Social Media Marketing & Web Communication
- Mass Communication and Global Media
- Reputation Management
- Architettura dell'Informazione e User Experience Design
- Vendere e valorizzare le Eccellenze Alimentari Italiane
- Viaggio intorno al Packaging

Executive Courses:

- MTM Executive Courses
- Diversity Management

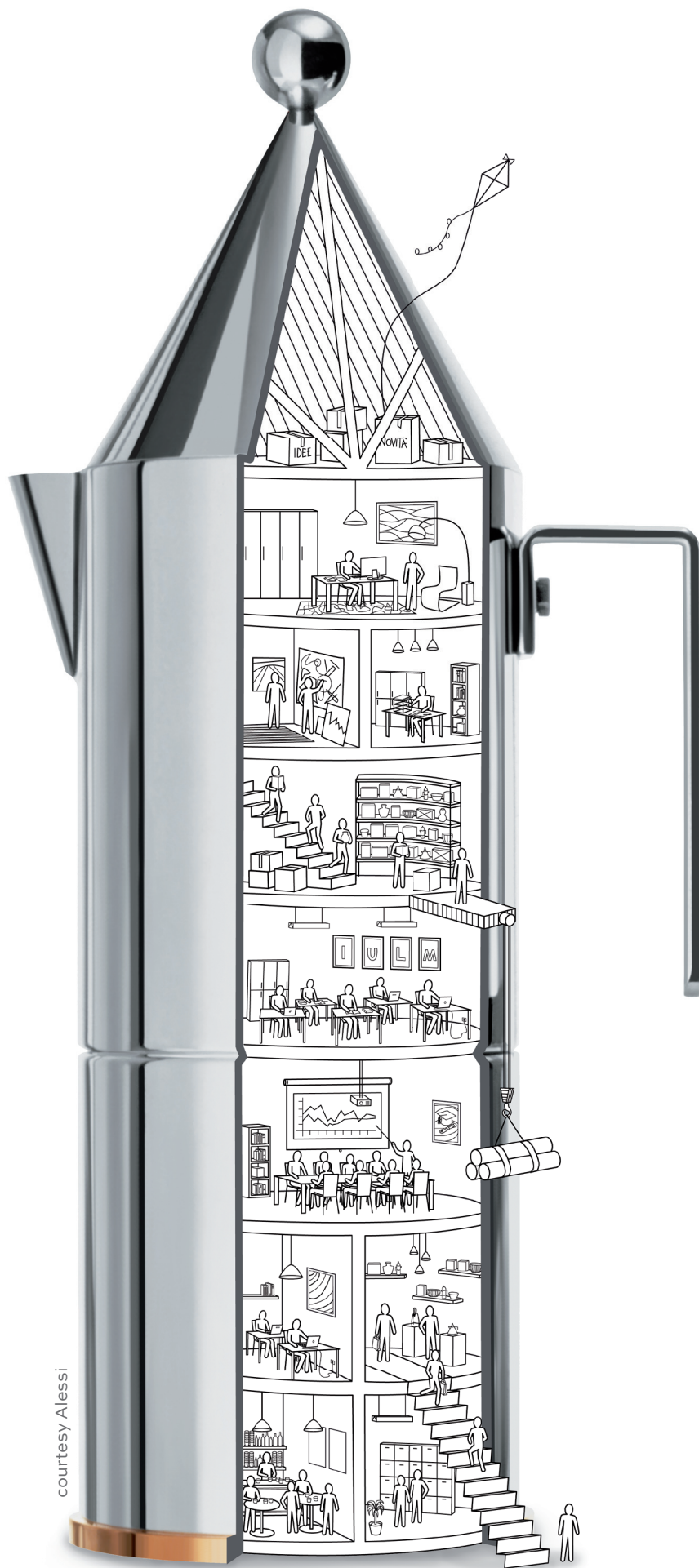
UFFICIO STAGE E PLACEMENT: UN PONTE CON IL MONDO DEL LAVORO

All'Università IULM avrai l'occasione di provare da subito, sul campo, quello che impari a lezione.

L'Università IULM è da sempre impegnata a formare giovani professionisti pronti ad entrare nel mondo del lavoro. Il nostro ufficio Stage e Placement aiuta gli studenti a mettere in pratica la teoria universitaria mettendo a loro disposizione un vero e proprio network di aziende accreditate.

I nostri servizi offrono un percorso strutturato di supporto all'inserimento nel mondo del lavoro:

- Stage curricolari/extracurricolari;
- Servizi di orientamento, career counseling;
- Career Day;
- Percorsi di preparazione ai colloqui di selezione;
- Incontri di informazione/formazione con le più importanti realtà aziendali italiane ed internazionali;
- Percorsi di internazionalizzazione delle carriere universitarie al fine di prepararsi con successo al mondo del lavoro.



courtesy Alessi

STUDIO DUNQUE VIAGGIO

**IN UN MONDO IN CUI SI COMUNICA,
BISOGNA SAPER COMUNICARE CON TUTTI.**

All'Università IULM inizi subito a girare il mondo.

In ogni momento del tuo percorso universitario ti proponiamo un'esperienza all'estero.

Mentre studi, con il programma Erasmus+ puoi trascorrere un semestre in tutta Europa; se l'Europa ti sta stretta, con i programmi Exchange e Study Abroad scegli tu dove andare, anche in capo al mondo.

Ormai lo studio è agli sgoccioli ed è tempo di buttarsi nel mondo del lavoro? Nessun problema: ti aiuteremo a trovare lo stage adatto a te, praticamente ovunque.



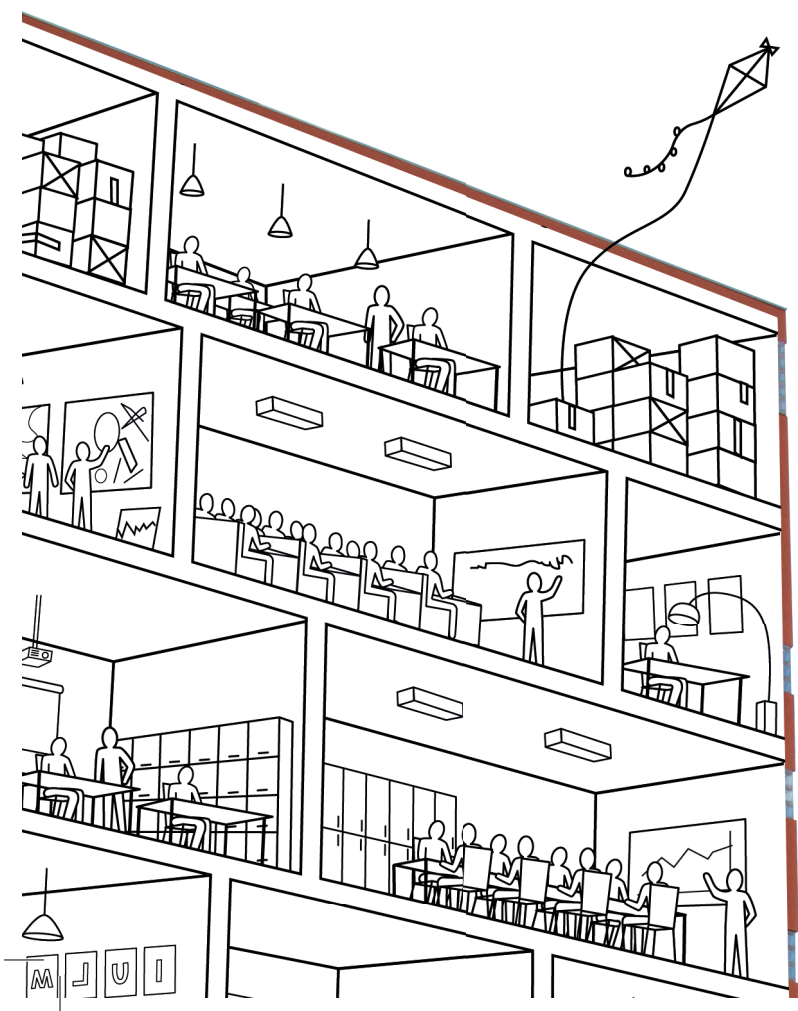


NON SOLO LEZIONI

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.

**Un mondo di opportunità e risorse pensate apposta per te.
Non solo un Ateneo.**



BIBLIOTECA E VIDEOTECA

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

LABORATORI DIDATTICI E DI RICERCA

Laboratorio Multimediale, Centro di ricerca "Behavior and Brain Lab", Aule di Interpretazione Simultanea, Laboratorio di Giornalismo.

RESIDENCE

Per chi viene da fuori Milano, una sede dove alloggiare, accogliente e moderna.

AGORÀ

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

SERVIZI DI ASCOLTO

Tutoring, Sportello di ascolto peer to peer, Counseling psicologico e supporto alle persone con disabilità.

EDIZIONI IULM

Collane editoriali dedicate al patrimonio culturale italiano e alla Comunicazione.

LABIULM

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

INFOPOINT

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

ATTIVITÀ CULTURALI

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

BOOKSHOP

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

RESTAURANT & CAFÉ

Ristorante, bar e Caffè Letterario, per una pausa tra una lezione e l'altra.

Wireless IULM

Internet senza fili per navigare quando vuoi.

IULM STORE

Abbigliamento, accessori, oggetti per il tempo libero e per l'ufficio, rigorosamente a marchio IULM.

IULM PRINT

Il centro stampa dell'Università.

WEB TG, WEB RADIO, WEB TV

Nuovi strumenti per conoscere gli eventi, i protagonisti e le proposte della tua Università.

ALIULM

JOIN THE NETWORK



ALIULM

associazione laureati

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

ALIULM, l'Associazione dei Laureati dell'Università IULM è il cuore di un network nato per favorire l'incontro e lo scambio di esperienze tra i Laureati IULM e la business community.

Un modo per mantenere relazioni attive e di valore tra l'Ateneo e i suoi ex allievi.

Un asset importante sia per lo sviluppo dell'Ateneo sia per la crescita personale, professionale e relazionale dei suoi Laureati.

Un sistema per valorizzare il grande capitale umano, intellettuale e professionale rappresentato dai Laureati IULM.

Una rete per offrire opportunità concrete e privilegi reali ai propri Associati.

www.aliulm.it



ALIULM

associazione laureati

ISCRIZIONE

AI CORSI DI LAUREA TRIENNALE

Numero chiuso, futuro aperto.

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

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

I posti previsti per l'anno accademico 2015/2016 sono i seguenti:

* Interpretariato e comunicazione	230 posti
* Comunicazione, media e pubblicità	400 posti
* Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa	500 posti
* Turismo: cultura e sviluppo dei territori	200 posti
* Arti, design e spettacolo	200 posti

Chi prima arriva, meglio impara.

Per tutti i Corsi di Laurea è attivato un meccanismo di preiscrizione che andrà a coprire, fino a esaurimento, i posti disponibili. Puoi pre-iscriverti anche a più di un Corso di Laurea.

Per pre-iscriverti dovrai effettuare un versamento di € 100, detraibile dalla tassa di iscrizione in caso di conferma dell'immatricolazione. Se deciderai di non confermare l'immatricolazione, non ti sarà dovuto nessun rimborso.

Le preiscrizioni sono accettate dal 13 aprile al 19 giugno 2015.

Compila l'apposito modulo disponibile sui servizi on-line dell'Università: puoi farlo direttamente dal tuo computer o presso i punti informatici della Segreteria Studenti.

Il futuro non aspetta. E tu, cosa aspetti?

I tuoi numeri fortunati.

Se ti sei pre-iscritto a uno dei Corsi di Laurea dell'Università IULM, a partire dal 22 giugno 2015 potrai perfezionare la tua immatricolazione e ottenere il tuo tesserino personale di studente IULM. **Il perfezionamento avverrà fino ad esaurimento dei posti disponibili.**

In via eccezionale, è anche possibile procedere all'immatricolazione effettiva dal 13 aprile al 19 giugno 2015, ottenendo l'attribuzione immediata di un Tutor del Servizio Orientamento.

IULM ti segue anche prima dell'Università.

IULM, con il progetto **Tutor didattico**, ti offre una possibilità in più per migliorare il rendimento accademico.

A settembre, prima dell'inizio dei Corsi, dovrai svolgere un **test di orientamento** che ti sarà utile per capire il tuo livello di partenza iniziale. Ti verrà, successivamente, assegnato un Tutor didattico personale che, in base ai risultati del test, ti aiuterà a costruire il tuo piano di studi personalizzato e il tuo percorso didattico. Potrai anche

decidere di frequentare attività integrative per iniziare al meglio il tuo percorso di studi. Dal primo giorno di lezione fino all'ingresso nel mondo del lavoro, l'Università IULM non ti lascia mai solo.

Borse di studio e altre agevolazioni.

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

Ti diamo credito.

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

Studiare all'estero, in Italia.

Sei uno studente straniero e vuoi frequentare l'Università IULM? Puoi iscriverti a un corso di Laurea di primo livello di un'Università italiana se hai un percorso di studio pari ad almeno 12 anni e un titolo che ti consente di frequentare l'Università del Paese in cui l'hai ottenuto. Puoi iscriverti ad un corso di Laurea Magistrale se hai una laurea equiparabile, per tempistica e contenuti, ad una Laurea italiana di primo livello, per un totale di almeno 15 anni di scolarità.

Secondo la vigente circolare ministeriale che disciplina l'accesso degli studenti con titolo di studio straniero alle Università italiane - Prot. 7802 del 24 marzo 2014 - per l'immatricolazione ad un corso di Laurea di primo livello dovrai consegnare il tuo diploma di scuola superiore e per la Laurea Magistrale anche il tuo diploma di laurea, tradotti e legalizzati dalla Rappresentanza diplomatica consolare competente per territorio e corredati dalla Dichiarazione di valore.

La condizione economica e patrimoniale degli studenti stranieri - da certificare mediante la produzione di documenti anagrafici, fiscali e patrimoniali con traduzione autenticata e legalizzata rilasciata dall'Autorità diplomatica o Consolare Italiana del paese di appartenenza - è valutata, ove occorra, in base al tasso di cambio medio dell'euro per l'anno 2014.

Considerata la differenza tra caso e caso, per qualunque informazione, scrivi alla Segreteria Studenti: **admission@iulm.it**.

ISCRIZIONE

AI CORSI DI LAUREA MAGISTRALE

Numero chiuso, futuro aperto.

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

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

I posti previsti per l'anno accademico 2015/2016 sono i seguenti:

- * **Laurea Magistrale in Traduzione specialistica e interpretariato di conferenza** 100 posti
- * **Laurea Magistrale in Studi culturali e relazioni internazionali Cooperazione e Professioni per l'Europa** 100 posti
- * **Laurea Magistrale Televisione, cinema e new media** 120 posti
- * **Laurea Magistrale in Marketing, consumi e comunicazione** 160 posti
 - indirizzo Retail Management
 - indirizzo Brand Management
 - indirizzo Digital Marketing Management
- * **Laurea Magistrale in Arti, patrimoni e mercati** 100 posti

Chi prima arriva, meglio impara.

Possono richiedere l'ammissione ai Corsi di Laurea Magistrale:

- * gli studenti in possesso del Diploma di Laurea;
- * gli studenti iscritti a un corso di laurea triennale che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'anno accademico 2014/15 (novembre/dicembre 2015).

Per presentare la domanda di ammissione, dovrai compilare l'apposito modulo disponibile sul sito dell'Università ed effettuare un versamento di € 100, detraibile dalla tassa d'iscrizione in caso di conferma dell'immatricolazione.

Se deciderai di non confermare l'immatricolazione, non ti sarà dovuto nessun rimborso.

Puoi richiedere l'ammissione a più di un Corso di Laurea Magistrale.

Ricorda che le domande di ammissione sono accettate dal 13 aprile 2015.

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

La Segreteria Studenti verificherà che tu sia in possesso dei requisiti richiesti al fine dell'ammissione.

Tutti gli studenti affronteranno una prova di ammissione.

Le prove di ammissione si svolgeranno in più sessioni tra maggio e ottobre 2015.

Per ciascun corso di Laurea Magistrale sono indicati i requisiti di ammissione, le modalità di svolgimento e le date in cui si svolgeranno le prove. Per conoscerli

visita, sul sito www.iulm.it, la sezione “Requisiti di accesso” all’interno dell’area dedicata ad ogni corso.

Il futuro non aspetta. E tu, cosa aspetti?

I tuoi numeri fortunati.

Una volta superate le prove di ammissione, potrai procedere immediatamente all’immatricolazione fino ad esaurimento dei posti disponibili.

Se non riuscirai a laurearti entro la sessione autunnale dell’anno accademico 2014/15 (novembre/dicembre 2015) non ti sarà dovuto alcun rimborso delle quote già versate.

Sei pronto per entrare nel futuro dalla porta principale?

Premi di studio e incentivi economici.

Al fine di valorizzare i migliori laureati, l’Università IULM ha definito l’**istituzione di 2 premi di studio per ognuno dei Corsi di Laurea Magistrale** attivati nel 2015-2016.

I premi saranno erogati al termine del biennio privilegiando gli studenti con un reddito economico inferiore.

Borse di studio e altre agevolazioni.

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

Ti diamo credito.

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

Al termine del finanziamento potrai sempre richiedere la tua IULM Card per proseguire nel pagamento rateale. **L’Università IULM ha la soluzione a tutte le tue esigenze.**

TASSE E CONTRIBUTI PER IMMATRICOLATI A.A. 2015/2016 LAUREE TRIENNALI

Anche per l'a.a. 2015/2016 l'Università IULM ha scelto l'adozione delle "fasce di contribuzione" applicate al nucleo familiare, affinché possano accedere ai corsi di laurea anche giovani capaci e meritevoli indipendentemente dal loro stato economico. Il regolamento per l'assegnazione è disponibile sul sito www.iulm.it.

Per gli studenti immatricolati il pagamento delle tasse è ripartito in tre rate: la prima versata all'atto dell'immatricolazione, la seconda nel dicembre 2015 e la terza entro marzo 2016.

	fascia 0* < 15.000	I fascia fino a 30.000	II fascia 30.001 - 55.000	III fascia 55.001 - 80.000	IV fascia 80.001 - 100.000	V fascia >100.000
I rata - all'atto dell'iscrizione	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00
II rata - entro il 11/12/2015	383,00	1.560,00	2.268,00	3.315,00	3.965,00	4.322,00
III rata - entro il 31/03/2016	207,00	840,00	1.222,00	1.785,00	2.135,00	2.328,00
Tot. complessivo	1.890,00	3.700,00	4.790,00	6.400,00	7.400,00	7.950,00

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

PER GLI STUDENTI LAVORATORI E DSA

La conciliazione del percorso di studio con l'attività lavorativa è una azione che in IULM viene valorizzata favorendo la *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).

Tale opportunità viene offerta anche agli studenti con Disturbi Specifici dell'Apprendimento. L'iscrizione part-time fa riferimento ad un apposito regolamento disponibile sul sito d'Ateneo.

	fascia 0* < 15.000	I fascia fino a 30.000	II fascia 30.001 - 55.000	III fascia 55.001 - 80.000	IV fascia 80.001 - 100.000	V fascia >100.000
Primo anno	995,00	1.900,00	2.445,00	3.250,00	3.750,00	4.025,00
Proseguimento primo anno	995,00	1.900,00	2.445,00	3.250,00	3.750,00	4.025,00

E ... SE SEI BRAVO FACCIAMO A METÀ!

L'Università IULM ha deciso di premiare tutti gli studenti con media di voto 30/30 ed in regola con gli esami. Il meccanismo premiale prevede l'utilizzo contemporaneo dei due criteri finalizzati ad individuare gli studenti meritevoli:

- Media del 30/30
- Numero minimo di 30 CFU maturati entro le prime due sessioni di esame

Il premio si riferisce ai soli studenti meritevoli del primo anno e consiste nel rimborso del 50% delle tasse dedotto dal costo di iscrizione al II anno.

Regolamento e modalità di accesso saranno a breve pubblicati sul sito.

* Alla "Fascia 0" potranno accedere gli studenti che oltre ad avere un reddito/patrimonio inferiore a € 15.000 annui abbiano ottenuto un voto all'Esame di Stato non inferiore a 75/100.

TASSE E CONTRIBUTI

PER IMMATRICOLATI A.A. 2015/2016

LAUREE MAGISTRALI

Anche per l'a.a. 2015/2016 l'Università IULM ha scelto l'adozione delle "fasce di contribuzione" applicate al nucleo familiare, affinché possano accedere ai corsi di laurea anche giovani capaci e meritevoli indipendentemente dal loro stato economico. Il regolamento per l'assegnazione è disponibile sul sito www.iulm.it.

Per gli studenti immatricolati il pagamento delle tasse è ripartito in tre rate: la prima versata all'atto dell'immatricolazione, la seconda nel dicembre 2015 e la terza entro marzo 2016.

	fascia 0* < 15.000	I fascia fino a 30.000	II fascia 30.001 - 55.000	III fascia 55.001 - 80.000	IV fascia 80.001 - 100.000	V fascia > 100.000
I rata - all'atto dell'iscrizione	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
II rata - entro il 11/12/2015	617,00	1.657,00	2.340,00	4.095,00	4.712,00	4.940,00
III rata - entro il 31/03/2016	333,00	893,00	1.260,00	2.205,00	2.538,00	2.660,00
Tot. complessivo	2.650,00	4.250,00	5.300,00	8.000,00	8.950,00	9.300,00

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

PER GLI STUDENTI LAVORATORI E DSA

La conciliazione del percorso di studio con l'attività lavorativa è una 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).

Tale opportunità viene offerta anche agli studenti con Disturbi Specifici dell'Apprendimento. L'iscrizione part-time fa riferimento ad un apposito regolamento disponibile sul sito d'Ateneo.

	fascia 0* < 15.000	I fascia fino a 30.000	II fascia 30.001 - 55.000	III fascia 55.001 - 80.000	IV fascia 80.001 - 100.000	V fascia > 100.000
Primo anno	1.375,00	2.175,00	2.700,00	4.050,00	4.525,00	4.700,00
Proseguimento primo anno	1.375,00	2.175,00	2.700,00	4.050,00	4.525,00	4.700,00

E ... SE SEI BRAVO FACCIAMO A METÀ!

L'Università IULM ha deciso di premiare tutti gli studenti con media di voto 30/30 ed in regola con gli esami. Il meccanismo premiale prevede l'utilizzo contemporaneo dei due criteri finalizzati ad individuare gli studenti meritevoli:

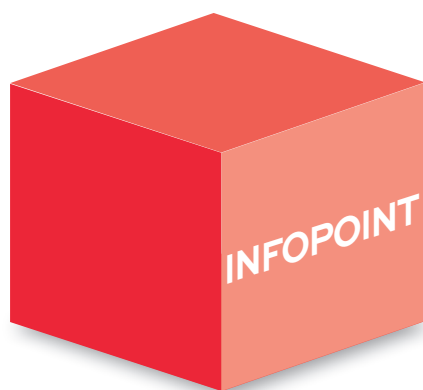
- Media del 30/30
- Numero minimo di 30 CFU maturati entro le prime due sessioni di esame

Il premio si riferisce ai soli studenti meritevoli del primo anno e consiste nel rimborso del 50% delle tasse dedotto dal costo di iscrizione al II anno.

Regolamento e modalità di accesso saranno a breve pubblicati sul sito.

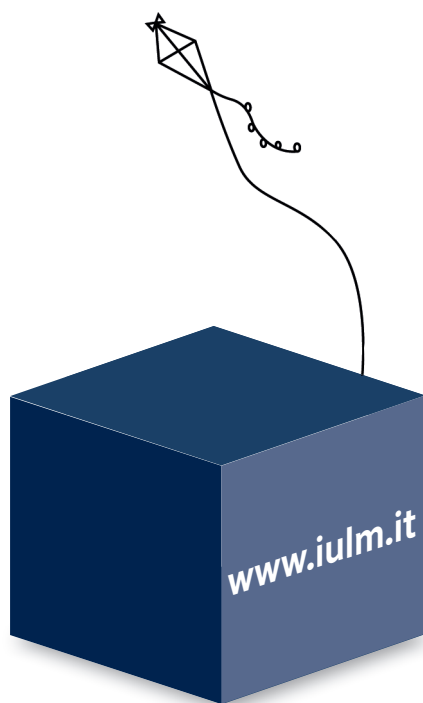
* Alla "Fascia 0" potranno accedere gli studenti che oltre ad avere un reddito/patrimonio inferiore a € 15.000 annui abbiano ottenuto un voto di laurea non inferiore a 100/110.





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

Numero Verde 800 363 363
infopoint@iulm.it



Università IULM

via Carlo Bo 1 - Milano - Numero verde 800 363 363

MM2 Romolo



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