guida ai corsi

anno accademico 2025/26

Guida introduttiva ai corsi di laurea triennale e magistrale

time to be you

time to be

università iulm


IULM
università
iulm

L’Università è un’avventura.
È un punto di partenza.
È un’esplorazione continua.

ma anche
un viaggio
per trovare la
tua destinazione

Indice

Contemporary Learning 6

IULM fa di te un Forward Thinker oggi e in futuro ... 8
Percorsi di studio ... 9
Il futuro inizia qui ... 10

Corsi di laurea triennale 11

Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale ... 12
Lingue, cultura e comunicazione digitale ... 16
Comunicazione, media e pubblicità ... 18
Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche ... 20
Arti ed eventi culturali ... 22
Turismo, management e cultura ... 24
Moda e industrie creative ... 26

Corsi di laurea magistrale 29

Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale ... 30
Intelligenza Artificiale, impresa e società ... 34
Marketing, consumi e comunicazione ... 36
Strategic Communication ... 40
Televisione, cinema e new media ... 42
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
IULM International ... 59
Vivere alla IULM vivere la IULM ... 60

Spazi, servizi, iniziative 61

Il Campus 62

Iscrizione ai corsi 64

Tasse e contributi per immatricolati a.a. 2025/26 66

Agevolazioni economiche e diritto allo studio 68

IULM Alumni 70

Contemporary learning

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

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 55 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 2024, a un anno dal conseguimento del titolo (calcolato secondo la definizione ISTAT), il **64,7%*** dei laureati triennali risulta ben inserito nel mondo del lavoro.
Per i laureati di secondo livello, invece, il tasso di occupazione a un anno dalla laurea è dell'**81,4%** (rispetto al 72,6% della media nazionale AlmaLaurea), salendo al **91,7%** a cinque anni dal conseguimento del titolo.

*Dato ricavato isolando i laureati triennali IULM che, dopo il titolo, non si sono mai iscritti a un corso di laurea di secondo livello (53,3%).

1 un 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 continua 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.it

IULM fa di te un forward thinker oggi e in futuro

Un insegnamento dinamico, inserito nella realtà del lavoro e proiettato nel domani

Il tuo futuro è qui

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 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.

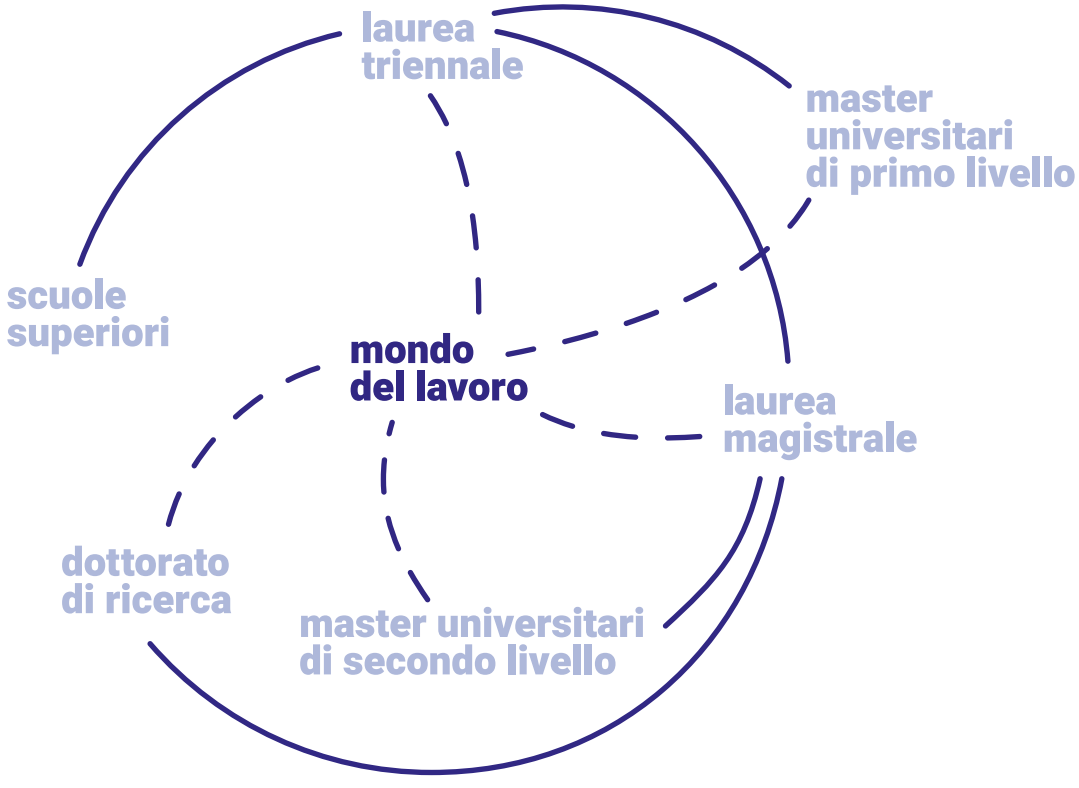
Percorsi di studio

Imparare è un viaggio, scegli tu la destinazione.

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

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.



Il futuro inizia qui

Scopri l'offerta formativa triennale e magistrale

Facoltà di Interpretariato e traduzione

Laurea triennale:

- **Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale**
  - Interpretariato e tecniche della traduzione
  - Lingue emergenti e competenze multiculturali
  - Mediazione linguistica per il marketing e le aziende
- **Lingue, cultura e comunicazione digitale**

Laurea magistrale:

- **Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale**
  - Interpretariato di conferenza e nuove tecnologie
  - Traduzione editoriale e multimediale - dual degree
  - Comunicazione digitale e interculturale

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 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, moda 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 Destination 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

Lauree Triennali

facoltà di Interpretariato e traduzione

Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale

Lingue, cultura e comunicazione digitale

facoltà di Comunicazione

Comunicazione, media e pubblicità

Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche ita/eng

facoltà di Arti, moda e turismo

Arti ed eventi culturali

Moda e industrie creative

Turismo, management e cultura

Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale*

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

Il corso

Obiettivo di fondo del Corso di Laurea è la formazione e l'avviamento alla professione del mediatore linguistico e culturale, attraverso l'acquisizione di competenze oggi fondamentali per l'inserimento nel mondo del lavoro in un contesto globalizzato e integrato.

Gli **obiettivi** formativi prevedono:

- una **competenza linguistica** solida e attiva in almeno due lingue straniere e l'approfondimento della consapevolezza dei mezzi espressivi della lingua italiana;
- una forte preparazione nella mediazione linguistica, al passo con le nuove tecnologie, i nuovi strumenti digitali e i nuovi ambiti lavorativi che caratterizzano la professione;
- una solida preparazione nella comunicazione e nei **processi interculturali**;
- una valida conoscenza delle culture delle lingue studiate e dell'ambito delle **relazioni internazionali**.

Le lingue straniere previste sono due; la prima è obbligatoriamente inglese e la seconda è a scelta tra **francese, spagnolo e tedesco**. Nel caso si scelga l'indirizzo Lingue emergenti e competenze multiculturali, si aggiungerà una terza lingua a scelta tra **arabo, cinese e russo**. L'insegnamento delle lingue, di tipo laboratoriale, viene impartito in classi composte da un massimo di 25 studenti, con una strategia didattica partecipativa, innovativa ed efficace per l'apprendimento linguistico.

Il corso si articola in insegnamenti comuni e in materie caratteristiche per ognuno dei tre indirizzi a scelta:

- il curriculum **Interpretariato e tecniche della traduzione** fornisce al mediatore linguistico-culturale approfondimenti specifici sulle tecniche legate all'interpretariato e alla traduzione, nonché sugli strumenti informatici necessari per svolgere la professione. Oltre ad affinare le abilità dello studente nei processi di mediazione linguistica, questo curriculum fornisce anche solide conoscenze per il proseguimento degli studi in un percorso di laurea magistrale dedicato alla traduzione o all'interpretariato;
- il curriculum **Lingue emergenti e competenze multiculturali** mette a fuoco una prospettiva ampliata sulle esigenze del mondo globalizzato, con l'acquisizione di competenze linguistiche sulle lingue emergenti (arabo, cinese e russo) e la comprensione dei processi di antropologia culturale nella contemporaneità, dotando il mediatore di ulteriori strumenti per interagire in una realtà multiculturale;
- il curriculum **Mediazione linguistica per il marketing e le aziende** si focalizza sulla realtà aziendale, garantendo al mediatore linguistico una preparazione sull'economia, sul marketing e sulle tecniche di comunicazione efficace e di public speaking. L'approfondimento sulla psicologia del lavoro consentirà al laureato di avere tutti gli strumenti per muoversi nelle relazioni e nella comunicazione che caratterizzano il mondo del lavoro contemporaneo.

Sbocchi professionali

Il Corso di Laurea permette ai laureati di inserirsi in un ampio ventaglio di ambiti lavorativi nei quali vengono richieste la conoscenza e l'uso professionale delle **lingue straniere** sia in Italia sia all'estero; tra queste realtà si annoverano le multinazionali, il mondo della moda, il giornalismo e l'editoria, gli enti pubblici e il mondo degli eventi culturali.

Il laureato può operare come mediatore linguistico-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, interpretariato e comunicazione digitale.

piano degli studi consigliato

Curriculum: Interpretariato e tecniche della traduzione

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione I	12
Competenze comunicative lingua inglese I.	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese I	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione I	12
Competenze comunicative seconda lingua I	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua I	6
Cultura inglese I	6
Cultura della seconda lingua I	6
Scienze del linguaggio per la mediazione	12
Teoria e prassi della mediazione, della traduzione e dell'interpretariato	6
Linguistica generale	6
Laboratorio di lingua italiana	12
Registri e tecniche di oralità e scrittura	6
Laboratorio di scrittura	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione II	12
Competenze comunicative lingua inglese II.	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese II	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione II	12
Competenze comunicative seconda lingua II	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua II	6
Cultura inglese II	6
Variazione linguistica della lingua inglese	
Culture del mondo anglofono	
Cultura della seconda lingua II	6
Variazione linguistica della seconda lingua	
Culture del mondo francofono/ispanofono/germanofono	
Traduzione e Intelligenza Artificiale	6
Storia delle relazioni internazionali	6
Laboratorio di interpretazione simultanea I - lingua a scelta	6
Laboratorio di strumenti informatici per la traduzione e l'interpretariato	6
attività formative a scelta	6

3º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione III	12
Competenze comunicative lingua inglese III	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese III	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione III	12
Competenze comunicative seconda lingua III	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua III	6
Processi interculturali	6
Laboratorio di interpretazione simultanea II – lingua a scelta	6
Laboratorio di traduzione collaborativa	6
attività formative a scelta	6
prova finale (elaborato scritto)	6

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.

Curriculum: Lingue emergenti e competenze multiculturali

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione I	12
Competenze comunicative lingua inglese I.	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese I	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione I	12
Competenze comunicative seconda lingua I	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua I	6
Cultura inglese I	6
Cultura della seconda lingua I.	6
Scienze del linguaggio per la mediazione	12
Teoria e prassi della mediazione, della traduzione e dell'interpretariato	6
Linguistica generale	6
Laboratorio di lingua italiana	12
Registri e tecniche di oralità e scrittura	6
Laboratorio di scrittura	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione II	12
Competenze comunicative lingua inglese II.	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese II	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione II	12
Competenze comunicative seconda lingua II	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua II	6
Cultura inglese II	6
Variazione linguistica della lingua inglese	
Culture del mondo anglofono	
Cultura della seconda lingua II	6
Variazione linguistica della seconda lingua	
Culture del mondo francofono / ispanofono / germanofono	
Traduzione e Intelligenza Artificiale	6
Storia delle relazioni internazionali	6
Laboratorio di terza lingua I (arabo, cinese, russo)	6
Cultura della terza lingua (arabo, cinese, russo)	6
attività formative a scelta	6

3º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione III	12
Competenze comunicative lingua inglese III	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese III	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione III	12
Competenze comunicative seconda lingua III	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua III	6
Processi interculturali	6
Laboratorio di terza lingua II (arabo, cinese, russo)	6
Antropologia culturale, multiculturalità e cittadinanza globale	6
attività formative a scelta	6
prova finale (elaborato scritto)	6

Curriculum: Mediazione linguistica per il marketing e le aziende

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione I	12
Competenze comunicative lingua inglese I.	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese I	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione I	12
Competenze comunicative seconda lingua I	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua I	6
Cultura inglese I	6
Cultura della seconda lingua I	6
Scienze del linguaggio per la mediazione	12
Teoria e prassi della mediazione, della traduzione e dell'interpretariato	6
Linguistica generale	6
Laboratorio di lingua italiana	12
Registri e tecniche di oralità e scrittura	6
Laboratorio di scrittura	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione II	12
Competenze comunicative lingua inglese II.	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese II	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione II	12
Competenze comunicative seconda lingua II	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua II	6
Cultura inglese II	6
Variazione linguistica della lingua inglese	
Culture del mondo anglofono	
Cultura della seconda lingua II	6
Variazione linguistica della seconda lingua	
Culture del mondo francofono/ispanofono/germanofono	
Traduzione e Intelligenza Artificiale	6
Storia delle relazioni internazionali	6
Economia delle aziende e dei mercati internazionali	6
Psicologia della comunicazione e del lavoro	6
attività formative a scelta	6

3º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione III	12
Competenze comunicative lingua inglese III	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese III	6
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione III	12
Competenze comunicative seconda lingua III	6
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua III	6
Processi interculturali	6
Marketing e comunicazione d'impresa	6
Laboratorio di public speaking e comunicazione efficace	6
attività formative a scelta	6
prova finale (elaborato scritto)	6

* Revisione di ordinamento in attesa di approvazione ministeriale

Lingue, cultura e comunicazione digitale

Il Corso è 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.

Il corso

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 ed entreranno nei processi di produzione, gestione e comunicazione di contenuti nei quali la **dimensione digitale** si coniuga con quella linguistica.

piano degli studi consigliato

1º 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

2º 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

3º 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

tra le attività formative a scelta	cfu
Lingue e culture nordiche I e II	6
Linguistica applicata	3
Lingua, traduzione, editoria - Spagnolo	3
Digital marketing	3
Graphics, infographics and multimedia languages	6

Comunicazione, media e pubblicità

Il Corso propone un progetto formativo 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.

Il corso

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

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Sociologia dei media	6
Linguaggi del web	12
Comunicazione digitale	6
Laboratorio di social media	6
Linguaggi del corpo e della voce	12
Teatro moderno e contemporaneo	6
Comunicazione radiofonica	6
Sistemi informativi e trend digitali	6
Linguaggi della pubblicità	6
Linguaggi del cinema	6
Analisi dei testi mediali	6
Laboratorio di scrittura per i media	6

2º 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
English for Corporate Skills	6
Diritto della proprietà intellettuale	6
attività formative a scelta	12

3º 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
Arte e comunicazione	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
Esporre il cinema	6
Laboratorio di effetti speciali cinematografici	6

Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche*

Il Corso 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.

Il corso

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 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 tutti gli interlocutori chiave tra cui i media, gli influencer e l'opinione pubblica.

Particolare attenzione viene dedicata allo sviluppo di:

- **competenze** digitali e di uso consapevole dell'Intelligenza Artificiale necessarie nell'attuale contesto della comunicazione;
- **abilità individuali di comunicazione** quali la scrittura professionale, il public speaking, il pensiero critico, la capacità di problem solving.

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.

* Revisione di ordinamento in attesa di approvazione ministeriale

piano degli studi consigliato

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Comunicazione d'impresa	9
Economia aziendale	9
Linguaggi della pubblicità	6
Semiotica	6
Sistemi informativi e trend digitali	6
Sociologia generale	6
Sociologia dei media	9
Storia dell'economia e della politica contemporanea	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Psicologia dei consumi e neuromarketing	9
Marketing	9
Statistica e ricerche di mercato	9
Sociologia dei consumi e cultura d'impresa	6
Laboratorio di scrittura professionale	9
Social Media management per la comunicazione d'impresa	6
English for Corporate Skills	6
attività formative a scelta	12

3º anno

attività formative vincolate	cfu
Economia politica	9
Istituzioni di diritto pubblico e privato	6
Laboratorio di Comunicazione pubblica e Public Branding	6
Laboratorio di Relazioni pubbliche	6
Organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane	6
Laboratorio di creatività	6
Un insegnamento a scelta tra:	
Creatività e progettazione	
Tecniche di creatività pubblicitaria	
Partnership e gestione degli eventi	6
attività formative a scelta	6
prova finale	6

tra le attività formative a scelta	cfu
Pubblicità, comunicazione sociale e sostenibilità	6
Comunicazione del settore non profit	6
Comunicazione integrata di marketing	6
Laboratorio di scrittura per web e social media	6
Sociologia della moda	6
Intelligenza linguistica	6
Laboratorio di Public speaking	6
Laboratorio di Graphic Design	6

year 1 English

attività formative vincolate	cfu
Corporate Communication	9
Management	9
Advertising	6
Semiotics	6
Information Systems and Digital Trends	6
Sociology	6
Sociology of Media	9
History of Contemporary Economics and Politics	6

year 2 English

attività formative vincolate	cfu
Consumer Psychology and Neuromarketing	9
Marketing	9
Statistics and Market Research	9
Sociology of Consumption and Corporate Culture	6
Professional Writing workshop	9
Social Media Management for Corporate Communication	6
Public Speaking	6
attività formative a scelta	12

year 3 English

attività formative vincolate	cfu
Economics	9
Introduction to Public and Private Law	6
Communication Management in Public Sector workshop	6
Public Relations workshop	6
Organization Theories & HR Management	6
Creativity Workshop	6
A choice between:	
Creativity and Design	
Creativity and Advertising	
Partnership and Event Management	6
attività formative a scelta	6
graduation project	6

tra le attività formative a scelta	cfu
Artificial Intelligence and Corporate Communication	6
Business Strategy	6
Communicating in critical situations	6
Diversity, Equity and Inclusion	6
Gender Studies	6
Influencer Marketing Strategies	6
Marketing & Sales	6
Retail Marketing Innovation	6
Product innovation, consumption and marketing	6

Arti ed eventi culturali

Il Corso 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; skill il cui raggiungimento costituisce l'obiettivo principale del Corso di studio.

Il corso

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 della cultura, 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 degli 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 e prospettive di internazionalizzazione.

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

1º 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 della cultura	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
Musei, interculturalità, inclusività	6
attività formative a scelta	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Il sistema dello spettacolo	12
Teatro e arte	
Produzione e organizzazione della musica contemporanea	6
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	12
Comunicare l'arte	6
Musei, mostre, gallerie	6
Diritto delle attività culturali	6
English for Corporate Skills	6
attività formative a scelta	6

3º 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
Art Direction di festival culturali	6
Stage di competenze professionali	6
attività formative a scelta	6
prova finale	6

tra le attività formative a scelta	cfu
Forme e linguaggi della comunicazione musicale	6
Intelligenza artificiale e nuovo umanesimo	6
Arti e culture classiche	6
Antropologia delle immagini	6
Scrivere per l'arte, il teatro, il cinema	6
Storia della musica pop e jazz	6
Arti e mestieri dei territori	6

Turismo, management e cultura

Il Corso di Laurea offre una formazione in grado di rispondere alle diversificate prospettive di impiego che caratterizzano il settore turistico e dell'ospitalità, attività sempre più fondamentali per l'economia italiana, europea e mondiale.

Il corso

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

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Geografia culturale	6
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
Laboratorio di progettazione turistica (24 ore)	
Storia contemporanea	9
Laboratorio Museums of World Cultures (24 ore)	
Information and Communication Technology for Tourism	6
Intelligenza artificiale e turismo	9
Laboratorio di Imprenditorialità nel turismo (24 ore)	

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Diritto del turismo	6
Patrimoni culturali per il turismo	12
Civiltà del Mediterraneo	6
Storia dell'arte	6
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)	
English for Corporate Skills	6
Francese o Spagnolo o Tedesco per il turismo	6
attività formative a scelta	6

3º anno

- **indirizzo Comunicazione del turismo**

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

- **indirizzo Management e organizzazione del turismo**

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

- **comune ai due indirizzi**

attività formative vincolate	cfu
Strategie e performance del turismo	6
Turismo urbano e sostenibilità	6
Laboratorio su Smart Cities (24 ore)	
Governance e Relazioni internazionali nel turismo	6
Stage di competenze professionali	6
attività formative a scelta	12
prova finale	3

tra le attività formative a scelta	cfu
Services Quality Management	6
Turismi emergenti: geografie, culture, organizzazioni	6
Etnolinguistica: culture dell'Africa	6
Economia applicata per arti e turismo	6
Antropologia dell'immaginario mediorientale	6
Nuove tecnologie, territori e turismo	6
Valorizzazione del patrimonio artistico e archeologico	6
Archeologia subacquea	6

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

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 la possibilità di migliorare la padronanza della lingua inglese e di sviluppare competenze trasversali e soft skill 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, Brand Heritage and Archive specialist, Content creator.

piano degli studi consigliato

1º 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
Informatica per la comunicazione creativa	6

2º 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
English for Corporate Skills	6
attività formative a scelta	12

3º 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

Stage professionale	6
attività formative a scelta	6
prova finale	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

Lauree Magistrali

facoltà di Interpretariato e traduzione

Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale

facoltà di Comunicazione

Intelligenza Artificiale, impresa e società

Marketing, consumi e comunicazione ita/eng

Strategic Communication eng

Televisione, cinema e new media

facoltà di Arti, moda e turismo

Arte, valorizzazione e mercato

Fashion Communication and Luxury Strategies eng

Hospitality and Tourism Management eng

Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale*

Il Corso di Laurea Magistrale in Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale forma interpreti, traduttori ed esperti interculturali in grado di operare in diversi settori, offrendo tre curricula per rispondere a tutte le esigenze del mercato globale.

Il corso

Prepara **interpreti**, **traduttori professionali** ed **esperti delle professioni interculturali** capaci di operare in tutti gli ambiti lavorativi contemporanei, che richiedono competenze specializzate: dai settori tradizionali a quelli più nuovi, compreso il campo delle nuove tecnologie e della comunicazione digitale e multimediale.

Per soddisfare le esigenze di un mercato del lavoro in continua evoluzione, IULM ha attivato tre 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 e nuove tecnologie

Mira a formare esperti nell'ambito dell'**interpretariato** nelle sue diverse modalità (simultanea in presenza e da remoto, consecutiva, chuchotage, dialogica avanzata). Alla luce della rapida evoluzione delle professioni relative ai servizi linguistici, integra attività professionalizzanti e di tipo interlinguistico e interculturale con insegnamenti volti a promuovere la padronanza degli strumenti informatici e digitali a supporto del lavoro dell'interprete, ad esempio l'Intelligenza Artificiale e i CAI (Computer Aided Interpreting) tools, nonché i più nuovi scenari di lavoro offerti dallo sviluppo tecnologico.

Sbocchi professionali

Grazie alle solide competenze interlinguistiche e interculturali e alla flessibilità acquisita nell'uso delle diverse tecniche dell'interpretazione, il laureato potrà operare nelle organizzazioni internazionali e sovrannazionali, quali ONU, UNESCO, FAO e Unione Europea, oppure lavorare come libero professionista in congressi, eventi culturali, trattative internazionali o ancora inserirsi nell'industria dei servizi linguistici, nelle attività internazionali di imprese private, istituzioni ed enti pubblici.

* Revisione di ordinamento in attesa di approvazione ministeriale

Curriculum: Traduzione editoriale e multimediale - dual degree

Mira a offrire un elevato know-how specialistico in tutti gli ambiti della **traduzione** e del **post editing**, integrato con insegnamenti che indirizzeranno la formazione principalmente nel campo editoriale, approfondito in tutta la sua filiera, in quello multimediale e multimodale e negli ambiti dell'audiovisivo e del web publishing.
Il laureato saprà anche integrare il suo lavoro con gli strumenti e le pratiche più nuove richieste dal mercato del lavoro, come la traduzione assistita (Intelligenza Artificiale e CAT tools) e la traduzione collaborativa.
Per gli studenti di questo curriculum, IULM ha attivato dei percorsi di doppio diploma, con l'Université de Haute Alsace e con l'ISIT (Institut de management et de communication interculturels) di Parigi.

Sbocchi professionali

Il laureato avrà acquisito competenze altamente specializzate per ricoprire funzioni lavorative nell'ambito dell'editoria, nell'ambito di istituzioni nazionali e internazionali (ad esempio l'Unione Europea), nonché all'interno di enti e strutture operanti nei settori dell'industria linguistica, della didattica e della ricerca. In alternativa, potrà avviare una carriera da libero professionista, lavorando privatamente per più clienti e padroneggiando le competenze per lavorare in progetti collaborativi.

Curriculum: Comunicazione digitale e interculturale

Mira a offrire conoscenze e competenze specialistiche nel campo della traduzione e dei processi di trasferimento interlinguistico, della narrazione transmediale, della comunicazione visiva e della **progettazione digitale**. Obiettivo del corso è rendere gli studenti competenti nella gestione degli strumenti di consultazione digitale e degli ausili informatici e multimediali, oltre ai processi di trasferimento linguistico nell'ambito della narrazione e della comunicazione digitale, come la traduzione, l'adattamento, l'analisi e la revisione di contenuti per il web, la progettazione della comunicazione visiva, la cura degli aspetti visuali della comunicazione e dei metadati, la realizzazione di progetti digitali.

Sbocchi professionali

Il laureato lavorerà in quegli ambiti in cui elevate conoscenze linguistiche si coniugano a competenze nella comunicazione digitale e multimediale in prospettiva interculturale. Il laureato saprà padroneggiare diverse lingue e linguaggi e potrà inserirsi nei settori editoriali, culturali, museali, nei centri media e nelle redazioni giornalistiche per la produzione, la traduzione e la gestione di contenuti (sia nelle forme tradizionali, sia digitali). Inoltre, potrà essere inserito in aziende che sviluppano strategie digitali per professionisti e imprese, in enti pubblici e privati di livello nazionale e internazionale, e in enti culturali, con compiti di progettazione e supervisione, per tutta la filiera, della comunicazione digitale.

piano degli studi consigliato

Curriculum: Interpretariato di conferenza e nuove tecnologie

1° anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di interpretariato: tecniche e tecnologie - inglese I	12
Laboratorio di interpretazione simultanea - inglese I	6
Laboratorio di interpretazione consecutiva - inglese I	6
Laboratorio di interpretariato: tecniche e tecnologie - seconda lingua I (francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese, arabo)	12
Laboratorio di interpretazione simultanea - seconda lingua I	6
Laboratorio di interpretazione consecutiva - seconda lingua I	6
Linguistica per l'interpretariato	6
Teoria e prassi dell'interpretariato di conferenza	3
Laboratorio di interlinguistica	3
Discorso, testo e linguaggi settoriali - inglese	9
Discorso specialistico e generi testuali - inglese	6
Linguaggi settoriali e terminologia - inglese	3
Discorso, testo e linguaggi settoriali - seconda lingua I (francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese, arabo)	9
Discorso specialistico e generi testuali – seconda lingua	6
Linguaggi settoriali e terminologia – seconda lingua	3
Strumenti tecnologici e di intelligenza artificiale per l'interpretariato	6
attività formative a scelta	9

2° anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di interpretariato: tecniche e tecnologie – lingua inglese II	12
Laboratorio di interpretazione simultanea - inglese II	6
Laboratorio di interpretazione consecutiva - inglese II	6
Laboratorio di interpretariato: tecniche e tecnologie - seconda lingua II (francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese)	12
Laboratorio di interpretazione simultanea - seconda lingua II	6
Laboratorio di interpretazione consecutiva - seconda lingua II	6
Laboratorio informatico per la ricerca terminologica	6
Diritto internazionale	6
Project management per i servizi linguistici	6
Organizzazione del lavoro	3
Servizi linguistici	3
work experience	3
prova finale - tesi di laurea magistrale	12

Curriculum: Traduzione editoriale e multimediale – dual degree

1° anno

attività formative vincolate	cfu
Traduzione editoriale - inglese I	12
Traduzione editoriale - inglese I	6
Laboratorio di lingua inglese	6
Traduzione editoriale - seconda lingua I (francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese, arabo)	12
Traduzione editoriale - seconda lingua I	6
Laboratorio di seconda lingua	6
Laboratorio di traduzione assistita, intelligenza artificiale e post editing	6
Discorso, testo e traduzione specialistica - inglese	9
Discorso specialistico e generi testuali - inglese	6
Laboratorio di traduzione specialistica - inglese	3
Discorso, testo e traduzione specialistica – seconda lingua	9
Discorso specialistico e generi testuali - seconda lingua	6
Laboratorio di traduzione specialistica - seconda lingua	3
Linguistica per la traduzione	6
Laboratorio di interlinguistica	3
Traduzione e inclusione	3
attività formative a scelta	9

2° anno

attività formative vincolate	cfu
Traduzione editoriale – inglese II	6
Traduzione editoriale - seconda lingua II (francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese)	6
Laboratorio di traduzione audiovisiva	12
Laboratorio di traduzione audiovisiva I	6
Laboratorio di traduzione audiovisiva II	6
Testi ed editoria	12
Ricezione del testo tradotto	6
Cultura e tecniche editoriali	6
Project management per i servizi linguistici	6
Organizzazione del lavoro	3
Servizi linguistici	3
work experience	3
prova finale - tesi di laurea magistrale	12

Curriculum: Comunicazione digitale e interculturale

1° anno

attività formative vincolate	cfu
Traduzione editoriale - inglese I	12
Traduzione editoriale - inglese I	6
Laboratorio di lingua inglese I	6
Traduzione editoriale - seconda lingua I (francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese, arabo)	12
Traduzione editoriale - seconda lingua I	6
Laboratorio di seconda lingua	6
Laboratorio di metodi e tecniche di comunicazione grafica e visuale	6
Narrazioni contemporanee - inglese	6
Narrazioni contemporanee - seconda lingua	6
Linguistica per la traduzione	6
Laboratorio di interlinguistica	3
Traduzione e inclusione	3
attività formative a scelta	9

2° anno

attività formative vincolate	cfu
Traduzione editoriale – inglese II	12
Traduzione editoriale - inglese II	6
Laboratorio di lingua inglese II	6
Traduzione editoriale - seconda lingua II (francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese)	12
Traduzione editoriale - seconda lingua II	6
Laboratorio di seconda lingua II	6
Laboratorio di tecniche e strumenti di visual journalism	6
Sociologia dei consumi e digital marketing	6
Letterature e sistemi digitali	12
Digital storytelling	6
Letterature e new media	6
work experience	3
prova finale - tesi di laurea magistrale	12

Intelligenza Artificiale, impresa e società

Fare marketing al tempo dell'AI

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.

Il corso

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**:

- **aziendalistiche**: 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 skill 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, organizzazione di eventi, di ricerche di mercato e di organizzazioni pubbliche.

piano degli studi consigliato

1º anno

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

2º 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

Marketing, consumi e comunicazione

Marketing oggi significa essere presenti nelle vite dei consumatori 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

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 e dei canali commerciali. Terminato il percorso formativo, lo studente sarà in grado di utilizzare al meglio e in maniera integrata media "classici" e media digitali, above 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 diverse squadre di studenti, guidati da docenti e tutor universitari e aziendali, saranno chiamati a sviluppare un progetto reale (di marketing, comunicazione, vendita, ecc.)
per importanti imprese partner dell'Università.
Il Fieldwork, oltre a offrire un'ulteriore opportunità formativa "sul campo", rappresenta anche un'occasione di incontro diretto con il mondo del lavoro e un modo attraverso cui le imprese possono conoscere i talenti da selezionare per 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 del retail, così come in agenzie di comunicazione e società di consulenza e di ricerche di mercato a livello nazionale e internazionale. I nostri laureati operano in qualità di brand, digital, product e retail manager in molte tra le più importanti aziende del mondo.

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

1º anno comune

attività formative vincolate	cfu
Marketing avanzato	6
Digital marketing e omnicanalità	9
Marketing digitale	
Retail marketing	
Consumatori e società	9
Pratiche di consumo	
Cambiamento sociale	
Data analysis	9
Strategic Management	9
Analisi competitiva	9
Ricerche di mercato e etnografia culturale	6
Attività formative a scelta	6

2º anno

Indirizzo Brand Management

attività formative vincolate	cfu
Identità visiva della marca	6
Brand & Corporate Communication	9
Diritto della marca	6
Business English	6

Indirizzo Digital Marketing Management

attività formative vincolate	cfu
Strategie e tecniche di marketing digitale	6
Social media strategy	
Digital content marketing	
Communication strategy e media planning	9
Diritto per l'impresa e la comunicazione digitale	6
Business English	6

Indirizzo Retail Management

attività formative vincolate	cfu
Retail and Channel Management	6
In-store communication	9
Tutela del consumatore	6
Business English	6

Comune a tutti gli indirizzi

Stage	6
Fieldwork	6
attività formative a scelta	6
prova finale	12

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
Comunicazione e marketing del Luxury food	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
Sustainability and Branding (in lingua inglese)	6
Entrepreneurship and Management for Growth (in lingua inglese)	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	
Consumer and Society	9
Consumption practices	
Social Change	
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
Sustainability and Branding	6
Entrepreneurship and Management for Growth	6

Strategic Communication

Il Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication, interamente in lingua inglese, non solo sviluppa competenze avanzate in comunicazione strategica, ma integra una solida preparazione aziendale, manageriale e sociologica, con l'obiettivo di formare professionisti pronti a ricoprire ruoli di leadership nel settore.

Il corso - in lingua inglese

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 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 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 figure quali il Sustainability Communication Manager, responsabile della progettazione e implementazione di strategie di comunicazione mirate alla promozione delle pratiche sostenibili di un'organizzazione; l'ESG Communication Specialist, focalizzato sulla comunicazione delle performance di un'azienda in ambito ambientale, sociale e di governance e sulla redazione di report ESG; il Circular Economy Advisor, specialista per organizzazioni che operano nel campo dell'economia circolare, responsabile della promozione di modelli di business sostenibili e processi di riduzione degli sprechi.

piano degli studi consigliato

1º anno comune

attività formative vincolate

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

2º anno

- **Corporate 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

- **Sustainability Communication**

attività formative vincolate	cfu
Sustainability Marketing and Management	12
Management for Sustainability	6
Sustainability for Marketing and Sales	6
Digital Sustainability	6
Sustainable HR Management	6
Integrated Reporting	6
Global environment issues and the human values	6

attività formative a scelta 6

Field project/stage 6

prova finale 12

tra le attività formative a scelta

Philosophy of Media: the Human Mind and technological devices	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
Sustainability and Branding	6

Televisione, cinema e new media

Una formazione unica in Italia, che combina insegnamenti teorico-critici e pratico-laboratoriali. Gli studenti vengono preparati alla creazione di contenuti audiovisivi per cinema, TV e new media, sviluppando creatività, competenze tecniche e capacità di lavoro in team per inserirsi nei mercati internazionali.

Il corso

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

1º anno comune

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di regia	9
Laboratorio di montaggio digitale	12
Laboratorio di illuminotecnica e di ripresa cinetelevisiva	6
Paesaggi sonori nei media	12
Musica e immagine	6
Laboratorio di suono in presa diretta	6
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: Teorie e professioni	6
Immaginari dell'era digitale	6
attività formative a scelta	6

2º anno

● indirizzo Cinema e nuove tecnologie

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio avanzato di regia cinematografica	6
Cinema digitale	9
Effetti visivi e digitali	
Laboratorio d'animazione	
Film Studies	9
Filmologia	
Laboratorio di scrittura critica per il cinema e lo spettacolo	
Cinema espanso ed elementi di business	12
Economia del cinema: strategie e strumenti	6
Archivi, mostre e musei del cinema	6

● 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 televisiva e seriale	6
Web TV	12
TV, social media e web	6
Laboratorio di streaming	6
Business televisivo e cross-mediale	6

● indirizzo New media, musica e racconti digitali

attività formative vincolate	cfu
Racconti digitali	9
Videogiochi: tecnologia e arte	6
Laboratorio di Interaction Design	3
Video, musica e arte digitale	12
Laboratorio di regia per formati brevi	6
Laboratorio di videoarte espansa: spazi, scenari, suoni	6
Contenuti audiovisivi per i social media	9
Strategie di comunicazione creativa	6
Musica online: video e live	3
Copyright e performance dei contenuti audiovisivi	6

attività formative a scelta	6
Stage/Workshop professionale	3

prova finale	12

tra le attività formative a scelta	cfu
Elementi di musica e discografia	6
Giornalismo nell'era digitale	6
Laboratorio di cinema documentario	6
Laboratorio di organizzazione di festival e rassegne	6
Laboratorio di recitazione e direzione dell'attore	6
Laboratorio di sceneggiatura	6
Laboratorio di scenografia e location management	6
Branded Content per i Media	6
Laboratorio di ideazione e progettazione App	6
Didattica dell'audiovisivo	6
Teoria e tecniche del racconto	6
Digital storytelling	6
Philosophy of Media: The Human Mind and Technological Devices	6
Laboratorio di Horror e Noir	6
Forme e modelli del cinema contemporaneo	6

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.

Il corso

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 in area milanese (tra le quali il Museo del '900, MUFOCO, FAI, 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

1º 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

2º 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
Musei per la sostenibilità integrata	6
Laboratorio di editoria per l'arte	6
Musei d'impresa	6

Fashion Communication and Luxury Strategies

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 - in lingua inglese

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.

piano degli studi consigliato

1º 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
Complex Thinking and Creativity	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

2º 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
Imaginery 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

Hospitality and Tourism Management

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 corso - in lingua inglese

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.

Il corpo docente è composto 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 anno si svolge presso l'Università IULM. Il secondo prevede di scegliere tra tre diversi indirizzi di specializzazione, uno interamente in IULM, uno negli Stati Uniti presso la **University of Central Florida** (con conseguimento del doppio titolo di laurea) e uno con la possibilità di svolgere un semestre in Finlandia presso la **University of Oulu** (con conseguimento del doppio titolo di laurea).

Indirizzo: Sustainable Destination Management and Communication

Indirizzo con possibilità di conseguimento doppio titolo con University of Oulu.

Gli studenti ottengono il titolo di laurea magistrale italiana, con la possibilità di accedere a un **secondo titolo di laurea magistrale finlandese** (M. Sc.), con un semestre di studio presso University of Oulu. 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 le Università partner e uno stage/field project della durata di 6 mesi in Italia o all'estero.

Requisiti di ammissione al corso di laurea specifici per l'indirizzo all'estero Sustainable Destination Management and Communication (University of Oulu)

- TOEFL min. 92 (with min. 20 in Writing), or IELTS min. 6.5 (with min. 5.5 per each section). Alternatively, possessing a Bachelor's degree entirely delivered in English.

Indirizzo: Hospitality and Tourism Management

Indirizzo con conseguimento doppio titolo con 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 5° a livello internazionale nello ShanghaiRankings delle 500 migliori università del mondo per programmi di ospitalità e turismo nel 2023. 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.

Indirizzo: Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries

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.

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.

in collaborazione con: University of Central Florida (Stati Uniti) e University of Oulu (Finlandia)

piano degli studi consigliato

1° anno Università IULM

attività formative vincolate	cfu
Hospitality and Service Management	6
Human Resource Management in Tourism	6
Accounting and Financial Management in Tourism	6
Tourism Marketing	18
Strategic Marketing for Tourism	6
Introduction to Digital Marketing for Tourism	6
Introduction to Tourism Data Analysis	6
Cultural Heritage, Arts and Tourism	9
Geography for Sustainable Tourism Development	9
Business Communication in Tourism	6

2° anno Università IULM

- **percorso comune**

attività formative vincolate	cfu
Digital Marketing and Technology in Tourism	12
Quantitative Methods and Big Data in Tourism	6
Social Media Marketing and Communication for Luxury Businesses	6
Intercultural Communication	6

- **indirizzo Sustainable Destination Management and Communication**

attività formative vincolate	cfu
Strategy Design for Sustainable Destinations	6
Policy Design for Sustainable Tourism	12
Eco social Economics and Policy Design	6
Transition Management in Post-crisis Cultures	6

- **indirizzo Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries**

attività formative vincolate	cfu
Artificial Intelligence and Digital Technologies for Tourism	9
Digital Transformation and Experience Design in Tourism	6
Data-Driven Artificial Intelligence for Tourism	3
Revenue Management for the Hospitality Industry	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

universitari

specialistici

executive

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.

Visita il sito: **go.iulm.it/ics**

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**
  10° edizione, Direttore Scientifico prof. A. Scurati
- **Comunicazione per le Relazioni Internazionali (MICRI)**
  20° edizione, Direttore Scientifico prof. G. Formigoni
- **Editoria e Produzione Musicale**
  12° edizione, Direttore Scientifico prof. G. Canova
- **Food & Wine Communication**
  14° edizione, Direttore Scientifico prof. V. Russo
- **Giornalismo**
  24° edizione, Direttore Scientifico dott. D. Manca
- **International Tourism and Hospitality (MITH)**
  22° edizione, Direttore Scientifico prof.ssa M. De Carlo
- **Management del Made in Italy, Consumi e Comunicazione della Moda, del Design e del Lusso**
  22° edizione, Direttore Scientifico prof. M. Ferraresi
- **Management e Comunicazione del Beauty e del Wellness**
  11° edizione, Direttore Scientifico prof. M. Ferraresi
- **Marketing e Comunicazione dello Sport**
  12° edizione, Direttore Scientifico prof. V. Russo
- **Retail Brand & Customer Experiece Management**
  8° edizione, Direttore Scientifico prof. F. Massara
- **Management delle Risorse Artistiche e Culturali** (Roma), 16° edizione, Direttore Scientifico prof. G. Puglisi
- **Lingue e Culture Orientali** (Roma)
  11° edizione, Direttore Scientifico dott. G. Sorrentino

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**
  15° edizione, Direttore Scientifico prof. G. Canova
- **Comunicazione Interna e People Engagement**
  2° edizione, Direttore Scientifico prof.ssa A. Mazzei
- **Il Cinema, le Serie e gli Show sulle piattaforme audiovisive: produzione, comunicazione e programmazione**
  6° edizione, Direttore Scientifico prof. G. Canova
- **International Marketing and Sales Communication**
  7° edizione, Direttore Scientifico prof.ssa D. Corsaro
- **Management e Comunicazione degli Eventi**
  8° edizione, Direttore Scientifico prof. M. Ferraresi
- **MasterBook Master di specializzazione nei mestieri dell'editoria**
  13° edizione, Direttore Scientifico prof. G. Canova
- **Contemporary Museology and Museum Communication**
  9° edizione, Direttore Scientifico prof. M. Negri
- **Sceneggiatura** (Roma)
  4° edizione, Direttore prof. G. Canova
- **Doppiaggio, Adattamento e Traduzione di Opere Cinetelevisive** (Roma)
  9° edizione, Direttore prof. G. Canova
- **Comunicazione per la Cooperazione Internazionale e il non-profit** (Roma)
  1° edizione, Direttore Scientifico prof. M. De Giuseppe

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.

- **Behavioral Economics e Nudging. Scienze comportamentali, architettura delle scelte e change management**
  7° edizione, Direttore Scientifico prof. P. Moderato
- **Neuromarketing, Consumer Neuroscience e Market Research**
  5° edizione, Direttore Scientifico prof. V. Russo
- **Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)**
  24° edizione, Direttore Scientifico prof. E. Invernizzi, prof.ssa S. Romenti
- **Social Media Marketing & Digital Communication -**
  18° edizione, Direttore Scientifico prof. G. Di Fraia
- **Architettura dell'Informazione e User Experience Design** (Roma)
  12° edizione, Direttore Scientifico prof. G. Di Fraia

L'offerta didattica di IULM Communication è in corso di aggiornamento per l'a.a. 2025/26.

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, propone un **supporto 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 interessati possono:

- Fissare **colloqui individuali** per valutare il percorso di studi più adatto;
- Prendere parte a una serie di **attività online** volte a chiarire tutti i 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 le caratteristiche dei corsi di laurea triennale.

Scopri i nostri open day!

Tutorato e counseling

Una squadra di studenti senior, i **Peer Tutor**, è 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.

Durante l'anno, IULM organizza dei seminari mirati a sviluppare competenze trasversali utili per affrontare con successo il percorso universitario:

- **Metodo di studio**: giunto alla XIV edizione, è previsto sia a novembre sia a marzo e ha l'obiettivo di aiutare gli studenti a impostare un metodo di studio efficace in vista delle sessioni d'esame;
- **Benessere emotivo**: incontri volti ad affrontare i normali cambiamenti delle emozioni e dei pensieri riguardo al sé;
- **Percorsi orientativi di group coaching e percorsi di supporto psicologico**, organizzati in piccoli gruppi, finalizzati ad accrescere la consapevolezza, l'efficacia personale e la focalizzazione sugli obiettivi, con lo scopo di facilitare le scelte per la realizzazione del proprio progetto universitario e professionale e a sviluppare nuove strategie di adattamento.

infopoint:
infopoint@iulm.it

n° verde gratuito:
800 363 363

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 e le istituzioni in cerca di talenti. Oltre a mettere a disposizione degli studenti un network di imprese accreditate, propone uno stimolante e accurato percorso di preparazione al passaggio dal mondo universitario a quello del lavoro 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 svolgere 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 personal branding digitale di studenti e laureati
- **Simulazione colloqui** di selezione con feedback costruttivi per evidenziare eventuali aree di miglioramento, al fine di aumentare la capacità di affrontare con successo i percorsi di carriera
- **Jobiri**, il nostro **Career Center** digitale, offerto a tutti gli studenti e i laureati, che consente sia di lavorare in completa autonomia (ad esempio per la creazione del CV o per svolgere simulazioni di colloqui in italiano e in inglese), sia di prenotare gli appuntamenti one-to-one con i nostri Career Advisor
- **Project Work** con importanti realtà partner dell'Ateneo finalizzati allo svolgimento di attività sia in aula che in azienda, che permettano di unire aspetti teorici e pratici
- **Eventi tra Imprese, studenti e laureati** per promuovere attività di networking e offerte di stage e lavoro: presentazioni aziendali, visite in azienda, recruiting events e testimonianze in aula
- Career Days online dedicati a Facoltà e Corsi di Laurea specifici e Career Fairs in presenza aperte a studenti, neolaureati e laureati di tutto l'Ateneo
- **Job Fitness Center** per valorizzare le soft skills degli studenti svolgendo assessment di gruppo e individuali, al fine di preparare i partecipanti al mondo del lavoro valorizzando caratteristiche e competenze individuali e gli interessi personali
- **Percorsi di internazionalizzazione** delle carriere universitarie, al fine di prepararsi con successo per incarichi professionali in contesti strutturati e multinazionali

Career Service Italia:
02 89141 2881 / 2583
careerservice.italia@iulm.it

Career Service Estero:
02 89141 2686 / 2397
careerservice.abroad@iulm.it

Eventi con le Imprese:
02 89141 2422
eventi.careerservice@iulm.it

Stage Italia:
02 89141 2340
stage@iulm.it

Stage Estero:
02 89141 2276
internship@iulm.it

diversaMENTE: disabilità e DSA

diversaMENTE

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.

Centro Euresis

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

diversamente@iulm.it

02 89141 2200

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.

02 89141 2345

Vivere alla IULM vivere la IULM

L'Università non è solo stare in aula. È anche un luogo dove trascorrere parte della 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 gli studenti.

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.

La **Residence 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.
- **Centro Universitario Teatrale - CUT**
  Il CUT IULM è un centro di sperimentazione teatrale che promuove la creatività, le relazioni di gruppo e avvicina gli studenti alle pratiche dello spettacolo dal vivo.
- **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.
- **IULMovie LAB**
  È un centro di produzione che spazia dalla creazione di concept pubblicitari alla realizzazione di veri e propri film d'impresa, dalla formulazione di proposte brevi e dinamiche per piattaforme web, alla stesura di brief e copy che sappiano rivolgersi a platee e audience eterogenee.
- **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 cinetelevisivo e Teatro di posa, Centro Universitario Teatrale CUT.
- **Master X**
  Il periodico a cura degli studenti del Master in Giornalismo IULM.
- **Palestra linguistica**
- **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.


Cascina Moncucco
M2
VIA MONCUCCO
IULM 7
VIA O. VALLA
VIA P. FILARGO
IULM 3
VIA F. RUSSOLI
IULM 1
IULM 6
VIA C. BO
SEDE SSML CARLO BO
IULM 5
IULM 4
VIA E. CALINDRI
VIA SANTANDER
IULM 2
Residence Santander

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.

Iscrizioni ai corsi di laurea triennale

I posti disponibili per l'a.a. 2025/2026 sono i seguenti:

Arti ed eventi culturali ..... **250 posti**
Moda e industrie creative ..... **250 posti**
Turismo, management e cultura ..... **200 posti**
Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale* ..... **250 posti**
Lingue, cultura e comunicazione digitale .... **100 posti**
Comunicazione, media e pubblicità ..... **530 posti**
Comunicazione d'impresa e Relazioni pubbliche* ..... **500 posti**
Corporate Communication and Public relations* (in inglese) ..... **240 posti**

Anche per l'a.a. 2025/26 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 Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale, 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 110 euro. La quota di iscrizione al test non viene rimborsata in nessun caso.

Per i Corsi di Laurea in **Lingue, cultura e comunicazione digitale, Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale** e **Arti ed eventi culturali** 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 essere ammessi al Corso di laurea in Arti ed eventi culturali è obbligatorio il sostenimento di un Assessment di test di lingua inglese.

Per i Corsi di Laurea in **Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche, Comunicazione, media e pubblicità, Moda e industrie creative e Turismo, management e cultura**, il test **è selettivo** e prevede l'accesso tramite una graduatoria definita sulla base del merito scolastico e dell'esito del test.

Per essere inseriti nella graduatoria è obbligatorio il sostenimento di un Assessment test di 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).

* Revisione di ordinamento in attesa di approvazione ministeriale

Iscrizioni ai corsi di laurea magistrale

I posti disponibili per l'a.a. 2025/2026 sono i seguenti:

Arte, valorizzazione e mercato.....**100 posti**
Hospitality and Tourism Management ....**100 posti**
Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale*.....**150 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 2025 (in una sessione dell'a.a. 2024/2025).

La domanda di iscrizione al test viene presentata tramite la procedura online e comporta il versamento di una **quota pari a 110 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**

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 informazioni in merito alle iscrizioni internazionali fare riferimento ad:
admission@iulm.it

* Revisione di ordinamento in attesa di approvazione ministeriale

Tasse e contributi per immatricolati a.a. 2025/26

Per l'a.a. 2025/2026 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 2025/2026 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 2025 e la terza entro il 31 marzo 2026.

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

valori in €

	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 13/12/2025	1.400,00	2.200,00	3.000,00	3.800,00	4.600,00
III rata entro il 31/03/2026	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

valori in €

	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 13/12/2025	1.700,00	2.600,00	3.500,00	4.400,00	5.300,00
III rata entro il 31/03/2026	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

Per gli studenti internazionali

Per i nuovi immatricolati di nazionalità estera - o di cittadinanza italiana o doppia cittadinanza, il cui nucleo familiare risieda 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.

Di seguito le tabelle:

lauree triennali

I rata - all'atto dell'iscrizione	1.600,00
Tassa regionale e marca bollo	156,00
II rata - entro il 13/12/2025	4.600,00
III rata - entro il 31/03/2026	2.200,00
Tot. complessivo	8.556,00

valori in €

lauree magistrali

I rata - all'atto dell'iscrizione	2.000,00
Tassa regionale e marca bollo	156,00
II rata - entro il 13/12/2025	5.300,00
III rata - entro il 31/03/2026	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 pro-Athletes

Se sei uno **studente-atleta**, IULM ha pensato a un programma appositamente per te! Si chiama IULM pro-Athletes ed è stato creato per garantirti un'istruzione di alto livello mentre coltivi la tua passione per lo sport professionistico.

Il programma IULM pro-Athletes premia sia il tuo impegno accademico sia i tuoi risultati sportivi, cercando di rimuovere le barriere che spesso ostacolano gli atleti nel proseguimento degli studi.

Se soddisfi i requisiti di merito accademico e sportivo, potrai beneficiare di agevolazioni e supporto specifici, in linea col tuo impegno nello sport.

Agevolazioni economiche e diritto allo studio

L'Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio eroga servizi che favoriscono l'accesso, la frequenza e la regolarità degli studi agli studenti capaci, meritevoli e privi di mezzi:

- Borse di studio
- Servizi alloggio
- Servizio ristorazione
- Integrazioni per la mobilità internazionale
- Integrazioni per studenti con disabilità
- Sovvenzioni straordinarie

Opportunità per studenti iscritti

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 2024/2025 hanno conseguito un voto di diploma pari a 100/100. Tale esonero viene inoltre concesso agli studenti che hanno conseguito il titolo di primo livello presso l'Università IULM o la SSML Carlo Bo con un voto di laurea pari a 110/110 e lode.

L'Università IULM ha inoltre scelto di agevolare le famiglie nel caso di iscrizione contemporanea di un **secondo figlio** attraverso la **riduzione del 30%** delle tasse, per ciascuno studente iscritto successivo al primo. Queste attività si affiancano a borse di studio stanziate 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 risieda 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.

dirittoallostudio@iulm.it
fascia.contributiva@iulm.it
02 89141 2890

admission@iulm.it

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 50.000** 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.

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