

# **Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM**

## **Facoltà di Arti e Turismo**

Corso di Laurea in Moda e Industrie creative

Classe di appartenenza L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda

Nome inglese del corso – Fashion and Creative Industries

### **REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2020/2021**

#### **Presentazione**

Il Corso di Laurea in Moda e industrie creative fornisce le conoscenze e le competenze di base per operare all'interno dei processi comunicativi e creativi della moda e delle industrie creative. Gli scenari dinamici che caratterizzano questi settori richiedono professionisti che sappiano coniugare la dimensione culturale, comunicativa e simbolica alla base dei processi di ideazione e sviluppo dei prodotti artistico-creativi. Per rispondere a queste esigenze il corso di studi prevede due principali aree di apprendimento. L'area storico-artistico-culturale che fornisce le competenze storico-critiche necessarie per la comprensione della moda e delle industrie creative e dei loro archivi, nonché le competenze storico-artistiche necessarie per la comprensione dei linguaggi delle arti visive contemporanee utili all'interpretazione della moda anche nel suo rapporto con i diversi media. Il corso prevede, inoltre, lo sviluppo di conoscenze della storia della moda, del design e del Made in Italy, ambiti che condividono gli stessi linguaggi, attingendo a risorse culturali e attitudinali comuni. Vi è poi l'area semiologica-socio-antropologica che fornisce le conoscenze di estetica e le competenze per comprendere le culture e i linguaggi della creatività, per creare contenuti di comunicazione utili a valorizzare le industrie creative, dalla pubblicità agli eventi, dal web ai social media, con attenzione ai temi dell'interculturalità, inclusività e sostenibilità.

A corollario di queste aree il corso fornisce adeguate competenze e strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione, competenze economico-gestionali e giuridiche per la comprensione delle dinamiche competitive nel settore delle industrie creative, per comprendere la gestione e il funzionamento interno delle imprese, per il marketing dei prodotti creativi, per la conoscenza delle norme relative ai diritti della proprietà intellettuale per la protezione delle creazioni di moda e dei prodotti creativi soprattutto in contesti internazionali.

Il corso di studi è contraddistinto da un approccio laboratoriale. La didattica del corso, svolta da docenti interni e professionisti del settore, si caratterizza per l'innovazione dei contenuti e dei metodi basati su una forte integrazione tra lezioni accademiche, laboratori, project work e esperienze "sul campo". Dopo un avvio comune, il terzo anno di corso potrà articolarsi in più indirizzi che approfondiscano differenti aspetti della moda e delle industrie creative e del design.

Il Corso di Laurea in Moda e industrie creative prepara professionisti in grado di operare nell'ambito: della ideazione, organizzazione e produzione di eventi e sfilate (Art Director junior); della ricerca, analisi e interpretazione dei trend artistici, culturali e di stile contemporanei nel settore (Ricercatore di tendenze artistiche e culturali); della creazione di contenuti artistici e culturali per la comunicazione della moda nei diversi media (Creatore di contenuti per la comunicazione della moda e delle industrie creative).

#### **Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo**

Il corso in Moda e industrie creative garantisce agli iscritti una preparazione base sulle culture e i linguaggi delle industrie creative con particolare riferimento alla moda e più in generale ai settori artistico-creativi. Il corso fornisce inoltre gli strumenti essenziali per una riflessione critica sull'intreccio tra processi culturali, creativi e produttivi che caratterizzano l'ambito della moda in analogia con altre forme estetiche.

Il corso forma figure professionali in grado di comprendere le specificità delle industrie creative e fornisce sia conoscenze critico-teoriche relative ai diversi linguaggi artistico-visuali necessari alla comprensione della moda, sia strumenti metodologici e pratici per la comprensione delle dinamiche dell'ambiente competitivo in cui le industrie creative affrontano le principali sfide alla base dei processi di ideazione, produzione, distribuzione e valorizzazione dei propri prodotti.

Il corso prevede una componente di didattica frontale, a cui si assommano le attività laboratoriali necessarie a sviluppare un'attitudine analitica nei confronti dei linguaggi artistici, a stimolare la creatività e la propensione all'innovazione come atteggiamento, a consolidare gli apprendimenti teorici e sviluppare le competenze tecnico-pratiche e gestionali necessarie alle professioni al servizio della moda e delle industrie creative. La struttura del piano di studi è formulata in modo da sviluppare, nel corso dei tre anni, le conoscenze fondamentali e le competenze critico-operative nelle singole discipline. Dopo un avvio comune, il terzo anno di corso potrà articolarsi in più indirizzi che approfondiscano diversi aspetti della moda e delle industrie creative.

Workshop ed esperienze sul campo, cicli di incontri con professionisti e protagonisti del sistema della moda e del design, seminari, visite-studio in aziende, fondazioni, musei e associazioni di categoria contribuiscono alla crescita professionale degli studenti. Arricchiscono l'offerta formativa, progetti e collaborazioni con enti esterni, stage e tirocini in Italia e all'estero che costituiscono l'occasione per mettere alla prova e monitorare conoscenze e competenze impartite in aula.

La quota riservata a disposizione dello studente per lo studio personale o per altre attività formative di tipo individuale è pari al 68% dell'impegno orario complessivo, salvo nel caso in cui siano previste attività formative ad elevato contenuto sperimentale o pratico.

### **Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)**

#### *Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)*

Lo studente in Moda e industrie creative acquisisce conoscenze relative alle arti visive contemporanee, al rapporto tra le arti e i media, alla storia e alla cultura della moda, del design e del Made in Italy, all'estetica, alle culture e i linguaggi della creatività, alle tecniche e alle pratiche della comunicazione visiva per le industrie creative, nonché la conoscenza dei temi cruciali della moda e delle industrie creative - interculturalità, inclusività e sostenibilità- e alle pratiche di innovazione grazie agli insegnamenti caratterizzanti del Corso. Lo studente affronta lo studio delle aziende di moda e delle industrie creative dal punto di vista storico-critico e metodologico, e comprende la dimensione culturale, comunicativa e simbolica alla base dei processi creativi e comunicativi di questi settori. Acquisisce inoltre le conoscenze utili alla ricerca e all'interpretazione dei trend artistici culturali contemporanei che caratterizzano gli scenari in continua evoluzione in cui operano le imprese creative.

Le attività affini garantiscono invece la conoscenza della dimensione competitiva ed economico-gestionale e di marketing delle imprese creative, nonché strumenti per la ricerca e l'analisi dei dati utili a comprendere i gusti dei consumatori, per la lettura di budget e la comprensione delle tecniche di redazione. Lo studente apprende inoltre conoscenze relative alle norme per la protezione dei diritti collegati alla proprietà intellettuale anche in ambito internazionale.

Grazie alle attività di base lo studente incrementa le capacità comunicative, acquisisce conoscenze nell'ambito della pubblicità e della comunicazione web e social.

Grazie alle discipline linguistiche, lo studente acquisisce, in lingua inglese, padronanza del linguaggio e delle tecniche comunicative legate al settore della moda e delle industrie creative.

#### *Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)*

Il laureato in Moda e industrie creative, grazie agli insegnamenti caratterizzanti e di base, è in grado di applicare in maniera autonoma le conoscenze acquisite per ideare concept di eventi, sfilate di moda, di

comunicazione inclusiva e interculturale, anche per il web e i social media; per progettare visual creativi per l'identità aziendale o per il brand; per interpretare la moda e i prodotti dei settori creativi attraverso l'arte e altre forme estetiche.

Grazie alle attività di base lo studente incrementa le capacità comunicative; consegue conoscenze nell'ambito della pubblicità e della comunicazione web e social media; sviluppa materiali per le attività di comunicazione e per il lancio di nuovi prodotti e servizi; elabora testi divulgativi relativi alle tendenze artistiche e culturali in atto nella moda e nelle industrie creative.

Le attività affini permettono al laureato: di elaborare strategie per promuovere le creazioni delle aziende di moda; di definire la strategia social del brand, dalla creazione di contenuti alla gestione dei canali social e il monitoraggio dei risultati; di acquisire le capacità di lettura e interpretazione di budget; di sapersi orientare sui temi della protezione della proprietà intellettuale, soprattutto in ambito internazionale; ricercare trend artistici, culturali e di stile nella moda e di interpretare dati per comprendere i gusti dei consumatori, anticipare le tendenze e supportare le attività di marketing sui punti vendita.

Grazie alle discipline linguistiche, lo studente è capace, in lingua inglese, di gestire linguaggio e le tecniche comunicative legate al settore dell'industria creativa.

Per ciascuna attività, l'esame finale permetterà di valutare l'acquisizione dei contenuti. Lavori di ricerca e di progettazione realizzati, all'interno di attività seminariali o laboratoriali previste dall'insegnamento costituiranno parte della valutazione d'esame all'interno di attività seminariali o laboratoriali previste dall'insegnamento costituiranno parte della valutazione d'esame.

### **Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

#### ***Discipline e attività laboratoriali in ambito artistico-visuale-mediale***

##### *Conoscenza e comprensione*

Conoscenza della storia dell'arte contemporanea e del rapporto tra le arti e i media. Comprensione del binomio arte-cultura

Comprensione del binomio arte-immagine.

Conoscenza della storia della moda, del design, del Made in Italy.

Conoscenza e comprensione degli archivi delle industrie creative.

Comprensione delle dinamiche specifiche ai settori menzionati e delle pratiche interne al loro funzionamento.

##### *Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

Capacità di interpretare la moda e le produzioni delle industrie creative attraverso l'arte e l'espressione artistica.

Capacità di collegare moda e industrie creative a saperi e pratiche come arte, fotografia e cinema.

Capacità di interpretare in modo corretto i materiali storici che costituiscono la memoria della storia delle aziende di moda.

Capacità di valorizzare gli archivi di moda quale ispirazione i creativi contemporanei e per far conoscere al pubblico la storia della moda.

#### ***Discipline e attività laboratoriali linguistiche, semiologiche socio-antropologiche e della comunicazione***

##### *Conoscenza e comprensione*

Conoscenza avanzata dell'inglese in forma scritta e orale.

Comprensione della grammatica e dei vocaboli.

Conoscenza delle tecniche comunicative e pubblicitarie.

Conoscenza e comprensione dell'intreccio tra processi culturali, creativi e produttivi che caratterizzano l'ambito della moda in analogia con altre forme estetiche.

Comprensione delle tecniche di ideazione dei concept di eventi per la moda e per le industrie creative.

Conoscenza degli approcci e delle tematiche della comunicazione per le industrie creative.

Comprensione dei processi comunicativi nei diversi media.

Conoscenza di base delle teorie semiologiche e comunicative relative a creatività, innovazione e pubblicità.  
Comprensione delle dinamiche specifiche ai settori menzionati e delle pratiche interne al loro funzionamento.

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

Capacità di comunicare in lingua inglese.

Capacità di applicare le tecniche acquisite ai contesti in continua evoluzione delle industrie creative.

Capacità di applicare le conoscenze acquisite per l'elaborazione di contenuti per la comunicazione della moda, anche per il web e i social media.

Capacità di applicare in maniera autonoma, originale e critica le conoscenze acquisite al fine di ideare concept di eventi e sfilate di moda.

Capacità di progettare visual creativi per le aziende di moda e le industrie creative.

**Discipline economiche, gestionali e giuridiche**

*Conoscenza e comprensione*

Conoscenza di base dei settori delle industrie creative, nonché dei loro attori fondamentali.

Comprensione delle relazioni complesse e delle interconnessioni esistenti tra moda e industria creativa.

Conoscenza dei fondamentali paradigmi organizzativi, economico-gestionali e di marketing delle organizzazioni creative.

Comprensione di base di bilanci, budget e altre forme di report.

Comprensione nelle dinamiche di sviluppo dei trend culturali e dei temi emergenti nei settori della moda e delle industrie creative.

Conoscenza e comprensione dei diritti di proprietà intellettuale per la protezione delle creazioni di moda e dei prodotti creativi soprattutto in contesti internazionali.

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

Capacità di applicazione delle conoscenze acquisite in modo chiaro e sicuro, oltre che di comprensione e utilizzo degli strumenti appresi in contesti nuovi (problem solving) anche riferiti in maniera trasversale ai mercati della moda e delle industrie creative.

Capacità di sviluppare strategie di marketing e di comunicazione per le industrie creative e le aziende della moda.

Capacità di ricerca, analisi e interpretazione di dati quantitativi e qualitativi per l'anticipazione delle tendenze culturali e di stile nella moda e nelle industrie creative.

Capacità di orientarsi nelle norme anche internazionali per la tutela dei prodotti delle industrie creative.

*Autonomia di giudizio (making judgements)*

Il laureato avrà acquisito capacità di analisi critica e interpretativa delle tematiche inerenti le industrie creative con particolare riferimento alla moda, comprensione delle dinamiche competitive ed economico-gestionali del sistema di riferimento, capacità di ricercare e individuare i trend culturali emergenti e le strategie di comunicazione e promozione più efficaci nei diversi contesti. Oltre a saper inquadrare correttamente le problematiche, il laureato sarà in grado di orientarsi nel panorama culturale e creativo nazionale e internazionale, nel sistema della moda e delle industrie creative. Queste capacità saranno conseguite grazie alla lettura della bibliografia assegnata dai vari insegnamenti, alle attività seminariali, alle esperienze sul campo, ai progetti di laboratorio e allo stage curricolare; e saranno verificate negli esami orali e nelle prove scritte, in eventuali prove in itinere (laddove previste dall'insegnamento).

*Abilità comunicative (communication skills)*

Il Corso di Studio stimola le abilità comunicative tramite attività laboratoriali finalizzate alla produzione di contenuti comunicativi e pubblicitari, visuali e testuali per la moda e le produzioni culturali e creative.

La solida conoscenza dell'inglese è garantita dagli insegnamenti linguistici, che ricorrono agli stessi strumenti didattici utilizzati per la preparazione degli interpreti e traduttori, e sono di conseguenza altamente avanzati e specifici.

Queste abilità saranno verificate tramite esami orali e verifiche scritte, eventuali prove in itinere (laddove previste dall'insegnamento).

#### *Capacità di apprendimento (learning skills)*

Il laureato avrà acquisito capacità di studio e di apprendimento specifico, sviluppate durante il percorso formativo e verificate negli esami finali.

Le attività seminariali e laboratoriali, che caratterizzano molti insegnamenti del Corso di Studio, costituiranno una prova costante, durante il triennio, delle capacità di assimilazione e interpretazione dei contenuti; la prova finale rappresenterà lo step conclusivo.

Il laureato dovrebbe dunque, al termine del percorso, aver raggiunto un'autonomia gestionale e critica per l'elaborazione e l'applicazione delle informazioni in ambito professionale o per il proseguimento della carriera di studio.

#### **Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**

Gli ambiti occupazionali, nazionali e internazionali, di inserimento per i laureati triennali sono:

- progettazione di concept creativi per eventi e sfilate e loro organizzazione;
- creazione di contenuti e sviluppo di materiali per valorizzare le produzioni artistico-creative, inclusi materiale informativo e documentazione sui prodotti, comunicati stampa, pubblicità;
- gestione degli spazi e visual merchandising;
- gestione delle strategie di comunicazione nei diversi media;
- ricerca per l'industria creativa;
- fashion&design digital archivist;
- e-commerce fashion retail.

Il corso prepara alla professione di:

Creatore di contenuti per la comunicazione della moda e delle industrie creative

Ricercatore di tendenze per la moda e le industrie creative

Art Director junior per la moda e le industrie creative

#### **Norme relative all'accesso**

Per tutte le informazioni sulle norme relative all'accesso ai corsi di laurea consultare il Regolamento di ammissione pubblicato al link:

[https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/b5e8b473-2f82-45b9-bc99-f4b6ac33842b/Regolamento+ammissione+ai+corsi+di+laurea++2020\\_2021+rev.+5+maggio+2020.pdf?MOD=AJPERES](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/b5e8b473-2f82-45b9-bc99-f4b6ac33842b/Regolamento+ammissione+ai+corsi+di+laurea++2020_2021+rev.+5+maggio+2020.pdf?MOD=AJPERES)

## **Organizzazione del corso di laurea**

- Il Piano degli Studi del Corso di Laurea in Moda e Industrie creative è articolato in tre anni di corso, durante i quali lo studente deve acquisire 180 CFU (crediti formativi universitari) e comprende attività formative e laboratori vincolati, attività formative e laboratori a scelta e la prova finale.
- Il credito formativo universitario (CFU) rappresenta l'unità di misura del lavoro richiesto ad uno studente per ogni attività svolta al fine di conseguire un titolo di studio universitario.
- Il lavoro di un anno corrisponde convenzionalmente a 60 crediti circa. Ad esempio, per l'attività formativa tipica, che è il corso di insegnamento cui segue un esame che valuta la qualità e la quantità dell'apprendimento, il lavoro svolto dallo studente consisterà naturalmente nelle ore di lezione frontali e di didattica integrativa richieste dal corso d'insegnamento, cui vanno aggiunte le ore di studio personale o comunque di impegno individuale non formalizzato. I crediti si acquisiscono con il superamento degli esami o altre forme di verifica del profitto.
- Per conseguire la laurea, lo studente deve acquisire 180 crediti con il superamento degli esami e il conseguimento delle idoneità previsti dal Piano degli Studi relativamente a:
  1. attività formative e laboratori vincolati;
  2. attività formative a scelta dello studente;
  3. stage e tirocini formativi e di orientamento;
  4. la prova finale.

### **- Modalità di verifica del profitto**

Ciascun insegnamento può essere costituito da uno o più corsi/laboratori (moduli didattici). Il profitto può essere valutato anche in corso d'anno e per parte di moduli, secondo modalità riportate in ciascun programma o comunicate dai responsabili dei corsi/laboratori all'inizio delle lezioni, secondo quanto stabilito dalle strutture didattiche competenti. I crediti totali per ciascun insegnamento si intendono definitivamente acquisiti nel curriculum dello studente solo successivamente alla registrazione della valutazione complessiva finale.

**PIANO DEGLI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN**

**MODA E INDUSTRIE CREATIVE**

*(L-3 Classe delle lauree in DISCIPLINE DELLE ARTI FIGURATIVE, DELLA MUSICA, DELLO SPETTACOLO E DELLA MODA*

**I ANNO A. A. 2020/21**

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b>	<b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b>	<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	<b>CFU</b>
<b>Arti visive contemporanee</b> <i>Storia dell'arte contemporanea</i> <i>Arte e media</i>	<i>L-ART/03</i> <i>L-ART/06</i>	<i>Caratterizzante</i> <i>Caratterizzante</i>	<i>Discipline storico-artistiche</i> <i>Musica e spettacolo,</i> <i>tecniche della moda e delle</i> <i>produzioni artistiche</i>	<b>12</b> 6 6
<b>Laboratorio di advertising per la moda e il design</b>	<b>SPS/08</b>	<i>Base</i>	Discipline sociologiche, psicologiche e pedagogiche	<b>6</b>
<b>Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace I (comunicazione scritta)</b>	<b>L-FIL-LET/12</b>	<i>Base</i>	Discipline linguistiche e letterarie	<b>6</b>
<b>Web communication e social media</b>	<b>SPS/08</b>	<i>Base</i>	Discipline sociologiche, psicologiche e pedagogiche	<b>6</b>
<b>Storia della moda e del design</b> <i>Storia della moda</i>  <i>Storia del design</i>  <i>Storia e cultura del Made in Italy</i>	<i>L-ART/03</i>  <i>ICAR/13</i>  <i>SECS-P/12</i>	<i>Caratterizzante</i>  <i>Caratterizzante</i>  <i>Base</i>	<i>Discipline storico-artistiche</i>  <i>Musica e spettacolo,</i> <i>tecniche della moda e delle</i> <i>produzioni artistiche</i>  <i>Discipline storiche</i>	<b>18</b> 6  6  6
<b>Culture e linguaggi delle industrie creative</b> <i>Semiotica della creatività</i> <i>Archivi delle industrie creative</i>	<i>M-FIL/05</i> <i>L-ART/04</i>	<i>Caratterizzante</i> <i>Caratterizzante</i>	<i>Discipline critiche,</i> <i>semiologiche e socio-</i> <i>antropologiche</i>  <i>Discipline storico-artistiche</i>	<b>12</b> 6 6
<b>Professional English I</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline linguistiche	<b>6</b>

**II ANNO A. A. 2021/2022**

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b>	<b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b>	<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	<b>CFU</b>
<b>Estetica della moda e del design</b>	<b>M-FIL/04</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche	<b>6</b>
<b>Interculturalità, sostenibilità, inclusività</b>	<b>M-DEA/01</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche	<b>6</b>
<b>Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace II (comunicazione orale)</b>	<b>M-PSI/06</b>	<i>Base</i>	Discipline sociologiche, psicologiche e pedagogiche	<b>6</b>
<b>Marketing della moda e del design</b> <i>Fondamenti di marketing</i> <i>Marketing della moda e del design</i>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>Economia e gestione delle industrie creative</b>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>Data and Trend Analysis</b>	<b>SECS-S/03</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>Budgeting e Reporting per la moda e il design</b>	<b>SECS-P/07</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>Professional English II</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Altre attività formative</i>	Ulteriori conoscenze linguistiche	<b>6</b>
<b>Diritto, brand, copyright</b>	<b>IUS/02</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>		<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	<b>6</b>

**III ANNO A. A. 2022/2023**

**INDIRIZZO: MODA**

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b>	<b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b>	<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	<b>CFU</b>
<b>Innovation fashion design</b>	<b>ICAR/13</b>	<i>Caratterizzante</i>	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	<b>6</b>
<b>Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace III (comunicazione visiva)</b>	<b>L-ART/06</b>	<i>Caratterizzante</i>	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	<b>6</b>
<b>Laboratorio di visual merchandising</b>	<b>ICAR/13</b>	<i>Caratterizzante</i>	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	<b>6</b>
<b>Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di moda</b> <i>Ideazione e creazione degli eventi di moda</i>	<i>L-ART/05</i>	<i>Caratterizzante</i>	<i>Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche</i>	<b>12</b>
<i>Regia della sfilata</i>	<i>L-ART/06</i>	<i>Caratterizzante</i>	<i>Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche</i>	<b>6</b>
<b>Professional English III</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Lingua/Prova finale</i>	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	<b>6</b>

<b>Stage professionale</b>	<i>Ulteriori attività formative</i>	Tirocini formativi e di orientamento	<b>6</b>
----------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	----------

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>	<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	<b>6</b>
------------------------------------	---------------------------------	-------------------------	----------

<b>PROVA FINALE</b>	<i>Prova finale</i>	Prova finale	<b>6</b>
---------------------	---------------------	--------------	----------

**INDIRIZZO: INDUSTRIE CREATIVE E DESIGN**

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b>	<b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b>	<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	<b>CFU</b>
<b>Design thinking</b>	<b>ICAR/13</b>	<i>Caratterizzante</i>	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	<b>6</b>
<b>Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace III (comunicazione visiva)</b>	<b>L-ART/06</b>	<i>Caratterizzante</i>	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	<b>6</b>
<b>Laboratorio di visual design</b>	<b>ICAR/13</b>	<i>Caratterizzante</i>	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	<b>6</b>
<b>Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di design</b> <i>Ideazione e creazione degli eventi di design</i>	<i>L-ART/05</i>	<i>Caratterizzante</i>	<i>Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche</i>	<b>12</b>
<i>Design Retail</i>	<i>ICAR/13</i>	<i>Caratterizzante</i>	<i>Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche</i>	<b>6</b>
<b>Professional English III</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Lingua/Prova finale</i>	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	<b>6</b>

<b>Stage professionale</b>	<i>Ulteriori attività formative</i>	Tirocini formativi e di orientamento	<b>6</b>
----------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	----------

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>	<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	<b>6</b>
------------------------------------	---------------------------------	-------------------------	----------

<b>PROVA FINALE</b>	<i>Prova finale</i>	Prova finale	<b>6</b>
---------------------	---------------------	--------------	----------

Nell'individuazione delle attività a scelta, gli studenti avranno la possibilità di scegliere fra tutti gli insegnamenti attivati presso i corsi di laurea triennale di tutte le Facoltà dell'Ateneo.

L'approvazione dei piani di studio individuali è subordinata all'esame da parte di specifiche Commissioni referenti, a ciò delegate dai Consigli di Facoltà, e che fungono altresì da strutture di orientamento in materia. Lo studente, nel caso in cui la sua proposta non sia ritenuta approvabile, ha diritto di essere ascoltato dalla Commissione.

## **Tipologie e forme didattiche**

Gli insegnamenti sono impartiti mediante lezioni di tipo frontale che possono essere integrate da esercitazioni, laboratori, seminari e/o corsi integrativi.

## **Laboratori di lingue straniere**

Regolamenti e informazioni sono pubblicati sulla Community IULM <http://www.community.iulm.it/>

## **Stage Professionali**

Per informazioni è possibile consultare il seguente link:

[https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/7bfc9d6-9670-4019-921f-06d3fbaef041/Regolamento+Stage\\_2019\\_2020.pdf?MOD=AJPERES](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/7bfc9d6-9670-4019-921f-06d3fbaef041/Regolamento+Stage_2019_2020.pdf?MOD=AJPERES)

## **Frequenza ai corsi**

La frequenza non è obbligatoria ma fortemente consigliata.

## **Modalità d'esame di profitto**

La modalità di verifica del profitto è regolamentata dall'art. 18 del Nuovo Regolamento Didattico di Ateneo, che recita:

1. Le Facoltà disciplinano le modalità di verifica del profitto dirette ad accertare l'adeguata preparazione degli studenti iscritti ai corsi di studio, ai fini della prosecuzione della loro carriera scolastica e della acquisizione da parte loro dei crediti corrispondenti alle attività formative seguite. Tali accertamenti, sempre individuali, devono avere luogo in condizioni che garantiscano l'approfondimento, l'obiettività e l'equità della valutazione in rapporto con l'insegnamento o l'attività seguita e con quanto esplicitamente richiesto ai fini della prova.
2. Gli accertamenti possono dare luogo a votazione (esami di profitto) o a un semplice giudizio di approvazione o non approvazione (test di idoneità).
3. Le prove di valutazione del profitto possono essere orali e/o scritte, e possono essere effettuate anche con l'ausilio di supporti informatici. In caso di valutazione del profitto basata su sola prova scritta, lo studente ha sempre il diritto di richiedere una ulteriore valutazione orale. In ogni caso, deve essere garantita la pubblicità delle prove, se orali, e la possibilità dello studente di prendere visione dell'elaborato relativo alla prova scritta.
4. In ogni anno di corso sono previste tre sessioni di esami di profitto. È quindi esclusa la possibilità di svolgere esami al di fuori delle suddette sessioni o registrare esiti d'esami sostenuti in periodi precedenti.
5. Non è consentito ripetere un esame di profitto verbalizzato con esito positivo.
6. La votazione finale dell'esame di profitto è espressa in trentesimi e l'esame si intende superato se la votazione finale è almeno pari a 18/30. La Commissione, in aggiunta al punteggio massimo di 30/30, può concedere la lode all'unanimità.
7. Qualora lo studente si sia ritirato o non abbia conseguito una valutazione di sufficienza, la relativa annotazione è riportata nel registro dei verbali degli esami di profitto e nella carriera scolastica dello studente, senza incidere sulla media finale.

## **Link relativi alle modalità di verbalizzazione degli esami di profitto:**

Procedura di verbalizzazione esami

<https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/55d7efdc-81cd-404d-8f41-de6e8e61248d/MODALITÀ%2BDI%2BVERBALIZZAZIONE%2BESAMI.pdf?MOD=AJPERES>

Modalità di verbalizzazione laboratori lingua

<https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/1ef331d9-8b6e-4f27-90fa-da6a3cb7170f/MODALITÀ%2BDI%2BVERBALIZZAZIONE%2BLABORATORI%2BILC.pdf?MOD=AJPERES>

### **International Language Centre (ILC)**

I regolamenti e le informazioni relative all'attività del Laboratorio didattico di lingue straniere sono pubblicati sulla Community IULM (<https://community.iulm.it>)

### **Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame**

L'organizzazione della didattica è su base semestrale e i semestri sono a loro volta suddivisi in due cicli di lezioni. Per l'A.A. 2020/2021, i termini sono i seguenti:

<b>1° SEMESTRE</b>	<b>dal 21 settembre al 22 dicembre 2020</b>
I ciclo	dal 21 settembre al 30 ottobre 2020
II ciclo	dal 9 novembre al 22 dicembre 2020

<b>2° SEMESTRE</b>	<b>dall'8 febbraio al 15 maggio 2021</b>
I ciclo	dall'8 febbraio al 20 marzo 2021
II ciclo	dal 29 marzo al 15 maggio 2021

### **ESAMI DI PROFITTO**

Sono previste **3 sessioni di esami di profitto**, per un totale di 7 appelli per ciascun insegnamento:

<b>I sessione</b>	<b>dal 7 gennaio al 6 febbraio 2021 (2 appelli)</b>
(IV sessione A.A. 2019/2020 per studenti in debito d'esami rispetto ad anni precedenti)	

<b>II sessione</b>	<b>dal 17 maggio al 30 giugno 2021 (3 appelli)</b>
<b>III sessione</b>	<b>dal 30 agosto al 25 settembre 2021 (2 appelli)</b>

Sono previste **3 sessioni di esami di laurea**, i cui periodi verranno definiti dal Calendario didattico predisposto per ciascun anno accademico.

### **Modalità di svolgimento delle attività didattiche**

Corso di 24 ore (3 CFU)	2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di un ciclo didattico.
Corso di 48 ore (6 CFU)	2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.
Corso di 72 ore (9 CFU)	3/4 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 3/4 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.
Corso di 96 ore (12 CFU)	4/5 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 4/5 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre o 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni in entrambi i semestri.

**Per specifiche esigenze didattiche - opportunamente motivate dai Docenti - il Preside può autorizzare modalità di svolgimento delle attività didattiche diverse da quelle previste dal suddetto format.**

Il calendario didattico e l'orario delle lezioni sono pubblicati sul sito dell'Università all'indirizzo [https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/8132753b-b04c-44e4-a101-ff368f284211/Calendario+didattico+2019\\_20+DR+26+marzo+2020.pdf?MOD=AJPERES](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/8132753b-b04c-44e4-a101-ff368f284211/Calendario+didattico+2019_20+DR+26+marzo+2020.pdf?MOD=AJPERES)

L'orario delle lezioni e gli appelli d'esame nella pagina <http://aule.iulm.it/PortaleStudentiIulm/>

### **Riconoscimento delle carriere pregresse degli studenti provenienti da rinuncia agli studi**

Agli studenti iscritti al Corso di Moda e Industrie creative, provenienti da rinuncia agli studi (alla IULM o in altro Ateneo), è possibile riconoscere la carriera progressa in base ai seguenti criteri:

1. corrispondenza in termini di CFU delle attività precedentemente svolte dallo studente comparate con quanto richiesto dal Corso di Studio;
2. corrispondenza dei programmi dei corsi degli esami superati e verifica della non obsolescenza dei crediti precedentemente acquisiti. Possono essere riconosciuti solo quegli esami la cui data di

### **Riconoscimento dei periodi di studio effettuati all'estero**

Le modalità per il riconoscimento delle attività formative effettuate all'estero è regolamentata dall'art. 19 del Nuovo Regolamento Didattico di Ateneo che recita:

1. L'Università IULM favorisce gli scambi di studenti con Università straniere. Agli studenti sono fornite annualmente adeguate indicazioni ed informazioni sulle attività che possono essere svolte presso le sedi straniere e i relativi riconoscimenti.
2. Le attività svolte all'estero da studenti iscritti all'Ateneo anche nell'ambito di programmi di scambio con istituzioni universitarie straniere sono riconosciute valide ai fini della carriera scolastica e possono dare luogo all'acquisizione di crediti formativi, purché compiute nel rispetto delle norme di cui al presente articolo e delle determinazioni specifiche delle rispettive Facoltà.
3. Possono essere riconosciute come attività di studio svolte all'estero:
  - a) la frequenza di corsi di insegnamento;
  - b) il superamento di esami di profitto, eventualmente da completare con prove integrative;
  - c) le attività formative relative alla preparazione della prova finale per il conseguimento del titolo, e della tesi nel caso di corso di laurea magistrale, eventualmente usufruendo dell'assistenza di un docente straniero;
  - d) le attività di laboratorio e quelle di tirocinio, secondo le determinazioni della Facoltà interessata.
4. Le modalità per il riconoscimento sono definite - con motivata delibera - dal Consiglio di Facoltà.
5. Nella certificazione degli studi compiuti viene indicata anche l'attività svolta all'estero.
6. L'Università IULM può adottare, previ accordi a livello transnazionale con altre Università, curricula che concretizzino l'ipotesi di conseguimento di titoli di studio congiuntamente con altri Atenei italiani e stranieri.

### **Prova finale**

Il percorso formativo prevede al terzo anno l'elaborazione di una prova finale con contenuti di ricerca teorica e operativa su un argomento relativo a uno degli insegnamenti del Piano degli Studi e concordato col relatore docente.

Il laureando può scegliere tra la realizzazione di una dissertazione tradizionale oppure la produzione di un elaborato che dia dimensione scientifica allo stage, al workshop professionale o a un percorso progettuale. Nello sviluppo della prova il laureando è assistito da un docente che lo aiuta nella definizione del tema da svolgere, nell'impostazione e nelle ricerche bibliografiche e documentali, e che deve approvare l'elaborato. L'elaborato, una volta approvato dal relatore, viene valutato secondo quanto previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo e dal **Regolamento per le modalità di discussione e attribuzione del titolo di laurea**, consultabile al seguente link:

<https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/6c6d130e-9153-47ab-99d3-7cbe6d3e2c77/Dr.%2Bn.%2B18037%2Bdel%2B14%2Bdicembre%2B2017.pdf?MOD=AJPERES>

Il presente Regolamento didattico del Corso di Laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali è approvato dal Consiglio di Facoltà nella seduta dell'11 maggio 2020.