Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Nome del corso in italiano	Moda e industrie creative *(IdSua:1616240)*
Nome del corso in inglese	Fashion and creative industries
Classe	L-3 R - Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/moda-e-industrie-creative/moda-e-industrie-creative
Tasse	https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	ESPOSITO Annamaria
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di Arti, moda e turismo

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BARTEZZAGHI	Stefano		PA	1	
2.	ESPOSITO	Annamaria		PA	1	

3.	FERRARESI	Mauro Guglielmo		PA	1	
4.	MAGISTA'	Aurelio		ID	1	
5.	MIGLIETTA	Angelo		PO	1	
6.	PIROLA	Matteo		RD	1	
7.	POZZI	Giacomo		RD	1	
8.	ROSSI	Giuseppe		PA	1	
9.	SAMPERI	Carmelo		ID	1	

Rappresentanti Studenti	VENTURI MATTEO rappresentanza.studentesca@iulm.it LEONTI SALVATORE AURELIO rappresentanza.studentesca@iulm.it
Gruppo di gestione AQ	ANNAMARIA ESPOSITO SOFIA LEONCINA GNOLI GIACOMO POZZI
Tutor	Annamaria ESPOSITO Mauro Guglielmo FERRARESI Stefano BARTEZZAGHI Giacomo POZZI Sofia Leoncina GNOLI Matteo PIROLA

Il Corso di Studio in breve

08/05/2025

Il Corso di Laurea in Moda e industrie creative è un corso innovativo che prepara professionisti in grado di operare all'interno dei processi creativi e comunicativi di moda, industrie creative e design, eccellenze del Made in Italy sempre più strategiche nel quadro dell'economia nazionale.
Il Corso di Laurea è stato ideato in collaborazione con alcune tra le più importanti aziende della moda e del design che hanno partecipato attivamente alla definizione del percorso formativo progettato per soddisfare le esigenze del mercato del lavoro di questi settori che richiedono professionisti in grado di coniugare la dimensione culturale, comunicativa e simbolica alla base dei processi di ideazione, sviluppo, comunicazione e promozione dei prodotti creativi.
A Milano, cuore pulsante della moda e della creatività, il Corso di studi - fortemente ancorato alle expertise di IULM nella comunicazione e nelle lingue - è caratterizzato da un approccio laboratoriale e fornisce una solida formazione teorica, culturale e artistica, necessaria a un professionista per affrontare le principali sfide alla base dei processi creativi e comunicativi della moda, del design e delle altre produzioni creative. Inoltre, offre la possibilità di conseguire una conoscenza efficace della lingua inglese in forma scritta e orale e di sviluppare competenze trasversali e soft skills relazionali utili per intraprendere attività professionali in realtà nazionali e internazionali.
Lo studente iscritto sviluppa competenze pratiche in diversi ambiti quali, tra gli altri, comunicazione web e social media, pubblicità, ideazione e creazione di eventi per la moda e il design, sviluppo di materiali di comunicazione per promuovere le creazioni di moda e gli altri prodotti creativi, inclusi materiale informativo e documentazione sui prodotti, redazione di comunicati stampa.
I laureati IULM in Moda e industrie creative disporranno sia di conoscenze critico-teoriche relative ai diversi linguaggi

artistico-visuali necessari alla comprensione della moda, del design e del Made in Italy, sia di strumenti metodologici e pratici per comunicare e promuovere moda, design e altri prodotti creativi. Alla fine del percorso di studi i laureati saranno in grado di collaborare alla ideazione, creazione e gestione degli eventi di moda e design, dalle sfilate alle 'week', dai convegni alle fiere sia in modalità remota che in presenza. Sapranno ricercare e interpretare trend culturali e di lifestyle afferenti a moda e design nella scena nazionale e internazionale; sapranno comprendere le dinamiche competitive in cui operano le industrie creative; realizzare contenuti di comunicazione inclusiva e interculturale; comunicare la sostenibilità; leggere e interpretare budget e altri report; orientarsi nelle norme, anche internazionali, relative alla protezione dei diritti collegati alla proprietà intellettuale.
Il Corso prevede una componente di didattica frontale, a cui si assommano le attività laboratoriali necessarie a sviluppare un'attitudine analitica nei confronti dei linguaggi artistici, a stimolare la creatività e la propensione all'innovazione come atteggiamento, a consolidare gli apprendimenti teorici e sviluppare le competenze tecnico-pratiche e gestionali necessarie a professionisti del sistema moda, delle industrie creative e del design.
Project work, workshop ed esperienze sul campo, incontri con professionisti e protagonisti del sistema moda e design, seminari con docenti provenienti da Università di altre aree geografiche, visite-studio in aziende, fondazioni, musei e associazioni di categoria: tutto questo contribuisce alla crescita professionale degli studenti.
Arricchiscono l'offerta formativa progetti e collaborazioni con enti esterni, nonché stage e tirocini in Italia e all'estero, esperienze che costituiscono l'occasione per mettere alla prova e monitorare conoscenze e competenze impartite in aula.
Il Corso di Laurea si articola infine al terzo anno in due indirizzi, 'Moda' e 'Industrie creative e design' che hanno l'obiettivo, unitamente allo stage e alla prova finale, di delineare figure professionali fortemente caratterizzate e innovative.

Link: https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/moda-e-industrie-creative/moda-e-industrie-creative (Pagina web del Corso di laurea)

QUADRO A1.a	**Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)**

11/02/2020

Per la progettazione del Corso di Laurea sono stati effettuati degli studi di settore prendendo in considerazione gli studi di Mediobanca e di Fondazione Altagamma in collaborazione con Excelsior-Unioncamere e Anpal. Tali studi hanno evidenziato il fabbisogno occupazionale della moda delle industrie creative (Vedere il documento allegato al quadro D.5).

Il giorno 11 novembre 2019 alle ore 18:00, presso la sala Consiliare dell'Università IULM, in Via Carlo Bo n. 1 a Milano, si è tenuto l'incontro di consultazione tra gli organi universitari proponenti il Corso di Laurea e i referenti delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni di riferimento.
All'incontro erano presenti:
Per il Corso di Studio:

- il Rettore dell'Università IULM;
- il Preside della Facoltà di Arti, turismo e mercati dell'Università IULM;
- il Direttore Generale dell'Ateneo.

È inoltre presente il Responsabile della Direzione dell'Ateneo con funzioni di supporto organizzativo.

Per le organizzazioni rappresentative produzione e delle professioni di riferimento:
- il Direttore Generale della Fondazione Altagamma;
- il Group PR e Communication Director di Dolce & Gabbana;
- il Direttore Generale della Fondazione Gianfranco Ferré;
- il Direttore di Bernasconi Tessuti;
- il Managing Director di Hermès.

La discussione ha preso in esame la bozza non definitiva del progetto formativo del Corso di laurea e in particolare:
- il progetto istitutivo del corso di laurea e gli obiettivi formativi specifici del corso;
- i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative;
- i profili professionali individuati per il Corso di laurea con i relativi sbocchi occupazionali;
- le modalità e la cadenza di studi e consultazioni successive.

Durante l'incontro è emerso in particolare quanto segue:

1. Obiettivi formativi: è segnalata la necessità di fornire agli studenti gli strumenti per comprendere e affrontare la diversità dei protocolli che caratterizzano ogni paese, anche con l'inserimento tra le attività formative di tematiche come la sostenibilità, l'inclusione e la diversità, oramai imprescindibili. Oltre a ciò, è suggerito di affrontare il tema del crisis management. È richiesto di sviluppare una sensibilità ai dati economico-finanziari negli studenti di questo nuovo corso di laurea. Infatti, i futuri laureati - pur con competenze spiccatamente artistiche e creative - si troveranno a lavorare in contesti in cui è necessario saper almeno leggere un budget e un report economico-finanziario. Infine, è suggerito di dare maggior rilievo ai Trend e Data Analyst che rilevano le opportunità per modificare la comunicazione e l'experience dei punti vendita.

2. Punti di forza dell'offerta formativa proposta: l'inserimento del corso di laurea nella Facoltà di Arti è emerso come un importante punto di forza poiché il binomio 'arte e cultura', e quello 'immagine e arti' sono connaturati nei settori della moda e del design e nella loro comunicazione. Infatti, il ruolo del retail pur fondamentale non è esaustivo, e quindi il corso è utile

perché risponde all'esigenza di narrare il prodotto (Storytelling). Altri punti di forza emersi sono l'approccio laboratoriale e il costante interesse alla lingua inglese che è previsto in tutti gli anni di corso.

3. Criticità dell'offerta formativa proposta: è segnalata la mancanza di un'attività laboratoriale che fornisca da subito delle conoscenze di base sulla terminologia della moda e del design (es. 'Sillabario della Moda e del Design'); è segnalata la carenza di formazione sugli aspetti legati all'area economico-finanziaria del budgeting.

4. Profili professionali e relativi sbocchi occupazionali: è richiesto di separare alcuni profili professionali proposti che presentano ruoli fondamentali ma distanti (es. Trend Analyst -profilo socio-economico- e Direttore Artistico -profilo creativo). Il ruolo del Fair manager va ripensato perché risulta troppo specialistico a livello economico e poco attinente alla comunicazione di moda e design. Il ruolo del Packaging manager risulta troppo creativo e pratico, forse orientato ai designer. Infine, emerge il suggerimento e di incorporare il mondo del Beauty in quanto strettamente connesso, seppur con altre specificità, al mondo della Moda.

In chiusura dell'incontro si concorda:

1. di modificare e integrare la bozza del progetto formativo tenero presenti le risultanze della consultazione in particolare:

a. aggiungendo alcune attività formative vincolate tra le seguenti aree:
- Trend;
- Budget;
- Interculturalità.

b. Ampliando gli insegnamenti a scelta degli studenti, includendo, alcuni corsi tra le seguenti aree:
- Beauty;
- Linguaggi specifici della moda e del design;
- Gestione delle crisi.

2. di rivedere e affinare i profili formativi secondo quanto emerso durante la consultazione;

3. di provvedere alla periodica analisi delle professioni della moda e del design, dei
loro fabbisogni formativi e della loro domanda sul mercato del lavoro.

4. di definire successivi incontri periodici con frequenza annuale.

Successivamente, nel mese di gennaio 2020, il progetto del Corso di Laurea, dopo le modifiche e le integrazioni apportate e gli affinamenti ai profili formativi, è stato sottoposto a validazione degli stakeholder con un ulteriore consultazione che ha visto anche il coinvolgimento anche del Direttore comunicazione di Zegna.
Al termine della consultazione gli stakeholder hanno espresso il loro apprezzamento per i tratti distintivi del progetto che, differenziandosi dagli altri corsi di studio focalizzati su moda e design, colma un vuoto formativo.

QUADRO A1.b	**Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)**

08/05/2025

Con riferimento alla consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni si fa presente che le consultazioni effettuate secondo il seguente programma,

- Antonio Marras, il 30 gennaio 2020

- B&B Italia spa, il 30 gennaio 2020

- Assolombarda il 13 Febbraio 2020

- Gruppo Vuitton, nel mese di Febbraio 2020

hanno evidenziato l'importanza di un progetto formativo che non dimentichi le materie economiche e finanziarie, declinate sui settori della moda e delle industrie creative. Inoltre, hanno evidenziato come in Europa questo tipo di formazione universitaria sia già presente e quindi si rende necessaria anche in Italia. Infine, gli stakeholders hanno apprezzato l'impostazione laboratoriale presente in certi corsi della laurea triennale in moda e industrie creative.

Il gruppo AQ, nella sua riunione del 20 aprile 2021, in considerazione della particolare situazione emergenziale causata dalla pandemia da Sars-Cov2 e della relativa difficoltà di costituire tavoli di consultazione, ha deliberato di fissare in via eccezionale per il 2021 in ottobre le consultazioni con gli stakeholder. Successivamente, tali consultazioni si terranno con continuità, almeno ogni tre anni, indicativamente nel periodo marzo-settembre. Saranno inoltre presi in considerazione eventuali e più recenti studi di settore, dati e statistiche in grado di illustrare i cambiamenti e le tendenze nei mercati di riferimento.

A causa del permanere della situazione pandemica ed emergenziale, non è stato possibile costituire un tavolo di lavoro generale con gli stakeholder nel mese di ottobre 2021.

Data l'importanza delle consultazioni con le organizzazione rappresentative, si è comunque deciso di procedere con consultazioni ad hoc. Nello specifico, durante i primi mesi del 2022, sono stati sentiti dal referente del corso di studi e dai componenti del gruppo AQ alcuni rappresentanti del mondo della moda e del design, tra i quali:

- Segretario Generale di Federmoda Italia, 1 febbraio 2022

- AD Camera della Moda, 14 febbraio 2022

- CEO Marzotto Lab. Gruppo Marzotto, 15 marzo 2022

- Internal communication and Engagement director del gruppo Zegna, 22 aprile 2022

- Board Member di Dolce e Gabbana, 27 aprile 2022

- Direttore di Casile & Casile Showroom, 8 febbraio 2022 e 4 maggio 2022

Tutti gli interlocutori hanno messo in rilievo la necessità, per i settori della moda e delle industrie creative, di formare professionisti con un profilo altamente specializzato nella dimensione comunicativa. In questo senso, è stata particolarmente apprezzata la strutturazione del CdL, che investe notevolmente sulla comunicazione (dal punto di vista dell'acquisizione delle conoscenze per l'elaborazione di contenuti per la comunicazione, per la conoscenza di tecniche comunicative e pubblicitarie e degli approcci e delle tematiche della comunicazione per le industrie creative, così come per la comprensione dei processi comunicativi nei diversi media).

Nel mese di settembre 2022 il referente del corso di studio e i componenti del gruppo AQ hanno incontrato Matteo Ferrario, Sustainability PR & Comm, Manager presso Ermenegildo Zegna. L'incontro si è focalizzato sul tema della

sostenibilità e sull'importanza della formazione universitaria in merito. Ferrario ha apprezzato l'inclusione del tema nel corso di studio.

Il 5 ottobre 2022 dopo la Masterclass per i 200 anni del brand Lanerossi, si è sentito Luca Vignaga come stakeholder del CdL MIC tra Luca Vignaga che ha espresso un parere positivo sull'offerta formativa.

Il 19 ottobre 2022 si è tenuto un incontro di consultazione con referenti delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni di riferimento, tra i quali:

• Paolo Bastianello, Presidente del Comitato Education di Sistema Moda Italia (Confindustria)
• Gigliola Maule, Presidente di Camera Showroom Milano
• Casile & Casile Showroom - Milano
• Walter Prati, amministratore e fondatore GPoland multibrand fashion agency -Varsavia
• Federico Ballandi, amministratore e fondatore Kontatto s.r.l., leader nel settore del fast fashion italiano e internazionale – Bologna
• Cristian Cappozzo, brand manager Cinzia Rocca, RoDel S.p.A Brescia
• Alfredo Mattiroli, presidente di Mattiroli Associati S.r.l., head hunter e marketing adviser per il settore moda.

Durante l'incontro, che si è focalizzato sulle esigenze del settore in termini di figure professionali e competenze, sull'analisi della coerenza del piano di studi con le esigenze del settore e sulle opportunità di tirocinio e stage è emerso che il settore moda sta ripartendo dopo le battute d'arresto dovute alla pandemia e Milano resta al centro del sistema. Il settore è alla ricerca di esperti in ambito marketing, retail, comunicazione (specie creatore di contenuti, gestione della comunicazione web e social). Anche il sistema degli showroom (oltre mille nella sola città di Milano) è alla ricerca di profili da far crescere nel marketing e nel commerciale. Considerando il piano di studi del Corso di laurea tutti i presenti sono concordi nel ritenerlo idoneo a formare le figure professionali richieste, con una buona preparazione culturale, la capacità di comprendere le istanze economico-aziendali di un'impresa e la capacità di orientarsi nel mondo della comunicazione.

Il 28 aprile 2023 si è tenuto un confronto con Stefano e Corinna Chiassai di TheCube Archive, che hanno valutato positivamente l'offerta positiva del CdL MIC.

Nel corso del 2024 sono continuate le attività di consultazione e confronto. Nello specifico:

- 11 marzo 2024: incontro con Davide Muto, Direttore Commerciale Mondo, WW Consulting.
- 18 marzo 2024: incontro con Alessandro Pisani, CEO di Fiorucci.
- 19 marzo 2024: incontro con Luisa Simonetto, Direttrice di Amica.
- 10 aprile 2024 incontro con Gabriele Giorgini, Direttore Comunicazione Gucci Archivio.
- 13 aprile 2024: incontro con Laura Lusuardi, Fashion coordinator gruppo Max Mara, e Francesco Francavilla, Direttore comunicazione e marketing Gruppo Aeffe.
- 7 maggio 2024: incontro con Max Bizzi, Amministratore Delegato di White.

Nel corso del 2025 sono continuate le attività di consultazione e confronto. In particolare:

- 18 marzo 2025 incontro con Stefania Ricci, Gruppo Ferragamo.
- 19 marzo 2025 incontro con Giulia Padovani, Talent Acquisition Specialist di Calzedonia, Gruppo Oniverse.

Durante gli incontri, il referente del corso di studio e i componenti del gruppo AQ hanno potuto dialogare sugli obiettivi formativi e sui contenuti del piano di studio e sui profili in uscita, ricevendo conferme rispetto all'adeguatezza della struttura del corso di laurea.

Link: http://

QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

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

funzione in un contesto di lavoro:
- sviluppare contenuti per le strategie di comunicazione;
- sviluppare contenuti per le strategie di branding;
- gestire strategie di comunicazione nei diversi media;
- sviluppare materiali per valorizzare i prodotti artistici e creativi, inclusi materiale informativo e documentazione sui prodotti, comunicati stampa, pubblicità;
- supportare la definizione della strategia social del brand, del copywriting, della creazione di contenuti, del monitoraggio dei risultati;
- gestire i profili social e canali collegati;
- collaborare con gli uffici di progettazione degli spazi e visual merchandising;
- collaborare col team di e-commerce, con i team di marketing e PR e brand manager.

competenze associate alla funzione:
- conoscenze storico-artistiche;
- conoscenza della storia della moda, del design e del Made in Italy;
- conoscenza delle culture e linguaggi della moda e della creatività;
- capacità di scrittura e conoscenza di tecniche redazionali e di comunicazione;
- familiarità con tecniche di ricerca anche su internet e consultazione di database;
- competenze in ambito artistico e scenografico
- capacità di interpretare il settore della moda e delle industrie creative attraverso l'arte e l'espressione artistica;
- competenze in comunicazione web e social media;
- competenze in comunicazione e sociologia dei consumi;
- competenze in ambito economico-gestionale e di marketing;
- competenze relazionali e di comunicazione;
- competenze in ambito interculturale e dell'inclusione;
- capacità di monitoraggio lettura e dei dati;
- capacità di creazione di contenuti per il web.

sbocchi occupazionali:
Aziende di moda, industria creativa, start up, libera professione, imprese di servizi specialistici per il settore marketing della moda, servizi per la distribuzione e punti vendita e uffici stampa, agenzie di eventi.

Ricercatore di tendenze per la moda e le industrie creative

funzione in un contesto di lavoro:
Tra le principali funzioni:
- raccogliere e interpretare i dati relativi alle tendenze di lifestyle contemporanee dei mercati nazionali e internazionali;
- elaborare la documentazione di progetti per l'innovazione culturale e di prodotto;
- elaborare testi divulgativi relativi alle macro-tendenze in atto.

competenze associate alla funzione:
- conoscenze storico-artistiche
- conoscenza della storia della moda;
- competenze semiologiche e socio-antropologiche;
- competenze in sociologia dei consumi;
- buone capacità di organizzazione e analisi;

- capacità di lettura delle tendenze di stile e comunicazione specifiche del settore moda e design;
- familiarità con tecniche di ricerca field,su internet e consultazione di database;
- competenze gestionali;
- gestione del tempo;
- competenze comunicative;
- pensiero laterale;
- capacità di ricerca e lettura di dati e analisi.

sbocchi occupazionali:
Enti e aziende private, centri di ricerca per l'industria creativa, fondazioni e gallerie d'arte, stampa, agenzie, libera professione.

Art Director junior per la moda e le industrie creative

funzione in un contesto di lavoro:
- contribuire alla creazione dell'identità visiva per l'azienda o il brand aziendale e un immaginario adeguato all'universo di valori del brand aziendale;
- concepire ed implementare concetti e linee guida nell'esecuzione di progetti creativi, sovrintendendone il completamento;
- garantire qualità e coerenza di immagini e messaggi;
- progettare, organizzare e gestire eventi e sfilate di moda.

competenze associate alla funzione:
- conoscenze storico artistiche;
- conoscenza delle culture e linguaggi della moda e della creatività
- conoscenza della storia delle industrie creative;
- capacità di interpretare il settore della moda e delle industrie creative attraverso l'arte e l'espressione artistica;
- competenze in ambito artistico e scenografico;
- competenze di marketing;
- capacità di ricerca, lettura e gestione di archivi materiali;
- capacità di lettura, interpretazione e creazione di moodboard e collezioni materiche;
- pensiero laterale.

sbocchi occupazionali:
Enti e aziende private, fondazioni e gallerie d'arte, editoria specialistica, uffici stampa, musei, agenzie di pubblicità, libera professione.

QUADRO A2.b | Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
2. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
3. Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
4. Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)

QUADRO A3.a — Conoscenze richieste per l'accesso

15/01/2020

Per accedere al Corso di Laurea è necessario essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Malgrado non siano necessarie conoscenze specifiche, sono richieste un'adeguata capacità espressiva e un adeguato livello di cultura generale, anche declinato nelle tematiche caratteristiche del Corso. Tali conoscenze, unitamente al livello di conoscenza della lingua inglese, saranno verificate mediante un test obbligatorio di verifica della preparazione, le cui modalità operative sono esplicitate nel regolamento didattico del Corso di studi e nel Regolamento di ammissione ai Corsi di laurea, ove sono altresì indicati gli obblighi formativi aggiuntivi (e le relative modalità di recupero entro il primo anno di Corso) nel caso in cui i risultati della prova individuino carenze o lacune.

QUADRO A3.b — Modalità di ammissione

20/02/2025

Per potersi iscrivere è necessario il diploma di maturità o un altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto dall'Ateneo.
E' previsto un test di ammissione 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.
Il test è selettivo e prevede l'accesso tramite una graduatoria definita sulla base del merito scolastico e dell'esito del test.
In particolare, la posizione nella graduatoria è determinata (solo per i candidati già in possesso di diploma o frequentanti la quinta superiore):
- per il 50% dall'esito del test;
- per il 50% dal curriculum scolastico (il 25% dalla media dei voti di terza e il 25% da quella di quarta superiore)
Il test è volto a verificare la conoscenza della grammatica italiana, della storia dell'arte moderna e contemporanea, della storia contemporanea, della cultura della moda e del design e a complemento, la comprensione del testo e il ragionamento logico-numerico.
E' inoltre prevista la verifica obbligatoria del livello di conoscenza della lingua inglese.

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fa7b94d6-dc99-4a99-b205-50d1361dfd62/Modalita%CC%80+ammissione+ai+corsi+di+laurea+2024_25_SA+24+novembre++2023.pdf?MOD=AJPERES (Regolamento di ammissione ai Corsi di laurea A.A. 2025/2026)

QUADRO A4.a — Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

10/02/2020

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 di inserirsi nei processi di: organizzazione di eventi e sfilate; creazione di contenuti e sviluppo di materiali per valorizzare le produzioni artistico-creative; ricerca e interpretazione delle tendenze artistiche, culturali e di lifestyle contemporanee nella scena nazionale e internazionale.
Il corso fornisce agli iscritti 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 operano le industrie creative e per affrontare le principali sfide alla base dei processi di ideazione, produzione, distribuzione e valorizzazione delle creazioni di moda e degli altri prodotti delle industrie creative.
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.
Il percorso si caratterizza per la sua capacità di integrare una vocazione teorica a uno spirito pratico-applicativo, ma anche per la sua predisposizione alla commistione tra discipline umanistiche – come le arti visive contemporanee, il rapporto tra le arti e i media, le culture e linguaggi della creatività, la storia della moda – e discipline linguistico-comunicative e gestionali, che spaziano sino ad aspetti semiologici, antropologici, sociologici, economici e giuridici. 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.
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.

QUADRO A4.b.1

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

Conoscenza e capacità di comprensione	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 l'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 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	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.	

QUADRO A4.b.2	**Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio**

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 dei binomio arte-cultura
Comprensione dei 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, delle pratiche interne al loro funzionamento e della loro comunicazione artistica, visuale e mediale.

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 come arte, fotografia e cinema.
Capacità di interpretare in modo corretto i materiali storici che costituiscono la memoria della storica 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.
Capacità di utilizzare strumenti informatici per la comunicazione artistica, visuale e mediale nei settori di riferimento.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
Visualizza Insegnamenti
Chiudi Insegnamenti
ARCHIVI DELLE INDUSTRIE CREATIVE *(modulo di CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE)* url
ARTE E MEDIA *(modulo di ARTI VISIVE CONTEMPORANEE)* url
DESIGN RETAIL *(modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN)* url
DESIGN THINKING url
IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN *(modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN)* url
IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA *(modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA)* url
INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE CREATIVA url
INNOVATION FASHION DESIGN url
LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA url
LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE III (COMUNICAZIONE VISIVA) url
LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE III (COMUNICAZIONE VISIVA) url
LABORATORIO DI VISUAL DESIGN url
LABORATORIO DI VISUAL MERCHANDISING url
REGIA DELLA SFILATA *(modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA)* url
STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA *(modulo di ARTI VISIVE CONTEMPORANEE)* url
STORIA E CULTURA DEL DESIGN *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* url
STORIA E CULTURA DELLA MODA *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* url

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

Conoscenza e comprensione

Conoscenza 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 espressioni 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.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
Visualizza Insegnamenti
Chiudi Insegnamenti
ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS url
ESTETICA DELLA MODA E DEL DESIGN url
INTERCULTURALITA', SOSTENIBILITA', INCLUSIVITA' url
LABORATORIO DI ADVERTISING PER LA MODA E IL DESIGN url
LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE I (COMUNICAZIONE SCRITTA) url
LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE II (COMUNICAZIONE ORALE) url
SEMIOTICA DELLA CREATIVITA' *(modulo di CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE)* url
WEB COMMUNICATION E SOCIAL MEDIA url

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 delle 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.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
Visualizza Insegnamenti
Chiudi Insegnamenti
BUDGETING E REPORTING PER LA MODA E IL DESIGN url
DATA AND TREND ANALYSIS url
DIRITTO, BRAND, COPYRIGHT url
ECONOMIA E GESTIONE DELLE INDUSTRIE CREATIVE url
MARKETING DELLA MODA E DEL DESIGN url
STORIA E CULTURA DEL MADE IN ITALY *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* url

QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio	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	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	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.	

QUADRO A4.d — Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

15/11/2024

Le attività affini e integrative presenti nel piano di studi del Corso di Laurea appartengono all'area delle discipline giuridiche, statistiche e informatiche. Tale scelta è motivata dal fatto che queste risultano particolarmente utili nel completare il profilo formativo dello studente, al fine di garantire la conoscenza della dimensione normativa connessa in particolare alla protezione dei diritti collegati alla proprietà intellettuale, nonché di strumenti per la ricerca, analisi, elaborazione e rappresentazione dei dati utili a comprendere i processi di consumo e comunicazione e infine di pacchetti informatici per l'elaborazione di dati e la rappresentazione grafica delle informazioni utili ai settori di riferimento del CdS.

QUADRO A5.a — Caratteristiche della prova finale

17/01/2020

Il percorso formativo si conclude con la stesura di un elaborato finale secondo quanto previsto dalle 'Modalità di valutazione e organizzazione della prova finale'.
Il voto di laurea viene espresso in centodecimi, in base al curriculum degli studi, alla valutazione assegnata alla prova finale e a ulteriori elementi di valutazione sulla base di una griglia approvata dal Consiglio di Facoltà.

QUADRO A5.b — Modalità di svolgimento della prova finale

20/02/2025

L'esame di laurea consiste nella breve presentazione e discussione (aperta al pubblico ma priva di carattere cerimoniale) dell'elaborato finale al cospetto di una Commissione - denominata Commissione istruttoria - composta da tre docenti, anche non appartenenti alla medesima Facoltà, dell'area disciplinare in cui si inquadra l'argomento oggetto dell'elaborato.

La Commissione istruttoria, al termine della seduta, comunica a tutti i candidati il solo giudizio sintetico attribuito (da insufficiente a eccellente).
Il voto di laurea viene attribuito successivamente dalla Commissione di certificazione, preso atto del giudizio espresso dalla Commissione istruttoria, dell'elaborato di laurea, del voto di partenza del candidato e di ulteriori elementi di valutazione sulla base della griglia approvata dal Consiglio di Facoltà e viene espresso in centodecimi. La Commissione di certificazione è composta da cinque professori della Facoltà ed è presieduta dal Preside. Le Commissioni sono nominate dal Preside della Facoltà.
La proclamazione e la consegna della pergamena avverranno durante il Graduation Day organizzato a ridosso della chiusura della sessione di laurea, aperto al pubblico e con carattere cerimoniale.

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/75e7323f-8d8e-43e7-9d04-0eb35f6ef9da/PROVA+FINALE__arti+e+turismo+_triennali+_2024_25.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-75e7323f-8d8e-43e7-9d04-0eb35f6ef9da-peHv68U (Modalità di valutazione e organizzazione della prova finale)

QUADRO B1 Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/e569d8db-53fb-4536-adbb-5c2457ce1e55/Regolamento+didattico+2025-2026+CDL+MIC.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-e569d8db-53fb-4536-adbb-5c2457ce1e55-pq1DDEK

QUADRO B2.a Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

https://gestionespazi.iulm.it/PortaleStudentiIulm/?view=easycourse&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0

QUADRO B2.b Calendario degli esami di profitto

https://gestionespazi.iulm.it/PortaleStudentiIulm/?view=easytest&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0

QUADRO B2.c Calendario sessioni della Prova finale

https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/15568a1d-b42e-4985-b06b-12f0b0c9a221/Calendario+didattico+2025_2026.pdf?MOD=AJPERES

QUADRO B3 Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	L-ART/04	Anno di corso 1	ARCHIVI DELLE INDUSTRIE CREATIVE *(modulo di CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE)* link	GNOLI SOFIA LEONCINA CV	PA	6	48	

2.	L-ART/06	Anno di corso 1	ARTE E MEDIA *(modulo di ARTI VISIVE CONTEMPORANEE)* link	DE SIMONE ANNA LUIGIA CV	PA	6	48	
3.	L-ART/03 L-ART/06	Anno di corso 1	ARTI VISIVE CONTEMPORANEE link			12		
4.	M-FIL/05 L-ART/04	Anno di corso 1	CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE link			12		
5.	INF/01	Anno di corso 1	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE CREATIVA link	GIRELLI SOFIA CV		6	48	
6.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ADVERTISING PER LA MODA E IL DESIGN link	FERRARESI MAURO GUGLIELMO CV	PA	6	48	✔
7.	L-FIL-LET/12	Anno di corso 1	LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE I (COMUNICAZIONE SCRITTA) link	MAGISTA' AURELIO CV	ID	6	48	✔
8.	M-FIL/05	Anno di corso 1	SEMIOTICA DELLA CREATIVITA' *(modulo di CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE)* link	BARTEZZAGHI STEFANO CV	PA	6	48	✔
9.	L-ART/03	Anno di corso 1	STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA *(modulo di ARTI VISIVE CONTEMPORANEE)* link	DE SIMONE ANNA LUIGIA CV	PA	6	48	
10.	ICAR/13 SECS-P/12 L-ART/03	Anno di corso 1	STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN link			18		
11.	ICAR/13	Anno di corso 1	STORIA E CULTURA DEL DESIGN *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* link	BERLOFFA THOMAS CV		6	48	
12.	SECS-P/12	Anno di corso 1	STORIA E CULTURA DEL MADE IN ITALY *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* link	FELICE CLAUDIO EMANUELE CV	PO	6	48	
13.	L-ART/03	Anno di	STORIA E CULTURA DELLA MODA *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* link	GNOLI SOFIA LEONCINA CV	PA	6	48	

		corso 1						
14.	SPS/08	Anno di corso 1	WEB COMMUNICATION E SOCIAL MEDIA link	SAMPERI CARMELO CV	ID	6	24	✔
15.	SPS/08	Anno di corso 1	WEB COMMUNICATION E SOCIAL MEDIA link	FALLICA GIACOMO CLAUDIO CV		6	24	
16.	SECS-P/07	Anno di corso 2	BUDGETING E REPORTING PER LA MODA E IL DESIGN link			6		
17.	SECS-S/03	Anno di corso 2	DATA AND TREND ANALYSIS link			6		
18.	IUS/02	Anno di corso 2	DIRITTO, BRAND, COPYRIGHT link			6		
19.	SECS-P/08	Anno di corso 2	ECONOMIA E GESTIONE DELLE INDUSTRIE CREATIVE link			6		
20.	L-LIN/12	Anno di corso 2	ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS link			6		
21.	M-FIL/04	Anno di corso 2	ESTETICA DELLA MODA E DEL DESIGN link			6		
22.	M-DEA/01	Anno di corso 2	INTERCULTURALITA', SOSTENIBILITA', INCLUSIVITA' link			6		
23.	M-PSI/06	Anno di corso 2	LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE II (COMUNICAZIONE ORALE) link			6		
24.	SECS-P/08	Anno di corso 2	MARKETING DELLA MODA E DEL DESIGN link			6		

25.	ICAR/13	Anno di corso 3	DESIGN RETAIL *(modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN)* link			6		
26.	ICAR/13	Anno di corso 3	DESIGN THINKING link			6		
27.	ICAR/13	Anno di corso 3	IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN *(modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN)* link			6		
28.	L-ART/05	Anno di corso 3	IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA *(modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA)* link			6		
29.	ICAR/13	Anno di corso 3	INNOVATION FASHION DESIGN link			6		
30.	ICAR/13	Anno di corso 3	LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN link			12		
31.	L-ART/05 L-ART/06	Anno di corso 3	LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA link			12		
32.	L-ART/06	Anno di corso 3	LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE III (COMUNICAZIONE VISIVA) link			6		
33.	ICAR/13	Anno di corso 3	LABORATORIO DI VISUAL DESIGN link			6		
34.	ICAR/13	Anno di corso 3	LABORATORIO DI VISUAL MERCHANDISING link			6		
35.	PROFIN_S	Anno di corso 3	PROVA FINALE link			6		
36.	L-ART/06	Anno	REGIA DELLA SFILATA *(modulo di*			6		

		di corso 3	*LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA)* link				
37.	NN	Anno di corso 3	STAGE PROFESSIONALE link		6		

QUADRO B4 Aule

Link inserito: https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/campus/aule-e-laboratori

QUADRO B4 Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/it/vivere-in-iulm/campus/aule-e-laboratori/edifici

QUADRO B4 Sale Studio

Link inserito: https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/campus/aule-e-laboratori

QUADRO B4 Biblioteche

Link inserito: https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/biblioteca
Pdf inserito: visualizza

QUADRO B5 Orientamento in ingresso

09/05/2023

Link inserito: https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni#orientamento-futuri-studenti
Pdf inserito: visualizza

QUADRO B5 — Orientamento e tutorato in itinere

09/05/2023

Link inserito: https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling
Pdf inserito: visualizza

QUADRO B5 — Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

23/04/2025

• Stage curriculari Italia/estero, ovvero periodi di tirocinio svolti da studenti regolarmente iscritti all'Ateneo, presso organizzazioni ed imprese esterne all'Ateneo, per periodi superiori ad un mese e fino ad un massimo di 12 mesi.

• Stage extracurriculari, ovvero periodi di tirocinio svolti da laureati da meno di 12 mesi presso organizzazioni ed imprese esterne all'Ateneo per la durata di minimo 2 e fino ad un massimo 12 mesi.

Link inserito: https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/career-service/stage-italia

QUADRO B5 — Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regolamenta, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

L'Ufficio Mobilità supporta e gestisce la mobilità internazionale degli studenti per motivi di studio, sia in ingresso che in uscita.
A questo scopo stipula accordi bilaterali di scambio con università straniere europee ed extra europee nell'ambito di diversi programmi internazionali (Erasmus, Exchange, Semester Abroad, Summer Session); gli accordi includono quasi sempre la possibilità di scambi docenti e personale tecnico amministrativo.
L'Ufficio si occupa anche dell'organizzazione e della gestione di alcuni programmi di mobilità breve ibrida in collaborazione con le università partner (Blended Intensive Programme).

Tra le azioni rivolte agli studenti, oltre alla costante gestione delle richieste di informazione e supporto (attraverso sportello fisico, telefono, email e social), hanno particolare rilievo:

Azioni per studenti IULM in uscita (outgoing):

• selezione dei candidati alla mobilità attraverso bandi di concorso;
• assistenza nella preparazione della candidatura da inviare alle università ospitanti, nella redazione e modifica in itinere del learning agreement (piano di studi all'estero);
• riunioni preparatorie pre-partenza: spiegazione offerta formativa dell'università ospitante, funzionamento del motore di ricerca degli insegnamenti, differenze nei metodi di studio, illustrazione criteri adottati dai coordinatori accademici nella valutazione delle equivalenze;
• assistenza e gestione delle pratiche per il riconoscimento delle attività svolte all'estero;
• gestione e erogazione delle borse di studio e di altri contributi di supporto alla mobilità.

Azioni per studenti internazionali in ingresso (incoming):

• procedure di candidatura e successiva immatricolazione presso la IULM (supporto burocratico e logistico);
• organizzazione corso di italiano prima dell'inizio di ogni semestre;
• organizzazione riunioni informative all'inizio di ogni semestre: procedure interne per registrazione ai corsi, iscrizione agli esami, ottenimento badge, codice fiscale/permesso di soggiorno, utilizzo servizi online;
• collaborazione con rappresentanza ESN di Ateneo nelle attività accoglienza, socializzazione e informazione degli studenti stranieri (tour dell'università, pranzo di benvenuto, Buddy Service, occasioni di socializzazione).

Link inserito: https://www.iulm.it/it/internazionale#mobilita-internazionale

---

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Australia	University of Technology		08/03/2024	solo italiano
2	Australia	University of the Sunshine Coast		28/11/2020	solo italiano
3	Belgio	PXL University College		29/03/2015	solo italiano
4	Francia	EDH - ICART		04/07/2019	solo italiano
5	Francia	IGS Group: American Business School		30/11/2021	solo italiano
6	Francia	SUP DE PUB		18/02/2019	solo italiano
7	Germania	BSP Business and Law School		04/03/2022	solo italiano
8	Messico	Universidad AnÃ¡huac MÃ©xico		11/11/2021	solo italiano
9	Paesi Bassi	Rotterdam University of Applied Sciences		15/11/2019	solo italiano
10	Regno Unito	University of the Arts London		08/06/2021	solo italiano
11	Spagna	ESNE Madrid		22/11/2021	solo italiano
12	Spagna	LCI Barcelona		09/05/2022	solo italiano
13	Spagna	Universidad Loyola Andalucia		18/02/2015	solo italiano
14	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		19/11/2021	solo italiano
15	Spagna	Universidad de CoruÃ±a		26/04/2022	solo italiano
16	Spagna	Universidad de Navarra		08/04/2022	solo italiano

QUADRO B5 | Accompagnamento al lavoro

23/04/2025

• Career Advisory. Servizio offerto a studenti e laureati IULM per l'orientamento su percorsi di carriera e valorizzazione delle opportunità di employability.

• CV Check e Cover Letter. Servizio rivolto a studenti e laureati IULM per offrire supporto nella redazione e aggiornamento del proprio curriculum vitae e della lettera di presentazione anche in lingua inglese, francese e spagnola.

• Simulazione Colloqui. Sessioni one to one, anche in lingua inglese, francese e spagnola al fine di migliorare la capacità di affrontare colloqui di selezione con feedback costruttivo per evidenziare punti di forza e aree di miglioramento.

• Jobiri – Career Center Digitale. Piattaforma digitale che mette a disposizione di studenti e laureati IULM numerose risorse (creazione CV e cover letter, simulazione colloqui, lezioni su soft skills, etc.) da utilizzare in autonomia per prepararsi nel migliore dei modi al primo incontro con il mondo del lavoro.

• Analisi e Ottimizzazione Profilo LinkedIn. Servizio dedicato a migliorare la presenza online degli studenti e laureati IULM su LinkedIn, una delle piattaforme più importanti per la ricerca di lavoro e la costruzione di reti professionali.

• IULM for Job LinkedIn Gruppo chiuso su LinkedIn al quale hanno accesso solo ed esclusivamente studenti e laureati IULM iscritti per essere informati sulle offerte di stage e placement, nonché iniziative ed eventi di carattere professionale.

• IULM for Job Instagram Account di Instagram per aumentare la visibilità delle offerte, i servizi e gli eventi organizzati dall'Ufficio e creare più engagement con studenti e laureati IULM.

• Corso iscrizione & utilizzo di Almalaurea IULM. Webinar e incontri in aula per aiutare studenti e laureati IULM a registrarsi correttamente alla piattaforma Almalaurea e per orientarli all'utilizzo della stessa per la ricerca e la candidatura ad offerte di stage/lavoro.

• Workshop Digitali e Fisici per Strategie di Employability. Webinar e sessioni plenarie in aula per informare e stimolare studenti e laureati IULM su consigli, buone pratiche e strategie da adottare per prepararsi efficacemente ai percorsi di carriera affrontando varie tematiche quali: definizione CV e Cover Letter, Preparazione al colloquio, Ricerca opportunità professionali, etc.

• Presentazioni e testimonianze aziendali. Eventi che mirano da un lato a portare in aula testimonianze da parte di referenti aziendali di vari settori di riferimento con esposizione di case study o di best practice realizzate, dall'altro a condividere i percorsi di carriera dei professionisti coinvolti con presentazioni dal taglio ispirazionale che favoriscano un confronto con i partecipanti.

• Recruiting event. Presentazioni di realtà aziendali con possibilità di reclutamento e selezione in Università o online. Gli incontri hanno l'obiettivo di promuovere la cultura aziendale, presentare il profilo, la struttura organizzativa e le eventuali opportunità di inserimento professionale, mettendo in contatto l'azienda con studenti e laureati IULM per individuare le risorse con competenze rispondenti ai bisogni di recruiting.

• Company Visit. Opportunità formativa e di networking progettata per connettere gli studenti universitari con le aziende di vari settori che consiste nel visitare fisicamente l'azienda ospitante per conoscere meglio la sua cultura d'impresa, le operazioni quotidiane, i team di lavoro, i prodotti o servizi offerti e le opportunità di carriera disponibili.

• Career Day Online. Eventi online dedicati all'incontro tra studenti e laureati IULM e aziende e organizzazioni di uno specifico settore con l'obiettivo di promuovere opportunità di stage e lavoro creando uno spazio virtuale di confronto in cui

poter connettere differenti realtà aziendali e relative posizioni aperte con studenti e laureati IULM che hanno possibilità di svolgere brevi colloqui di selezione e di inviare il proprio CV.

• Career Fair. Un grande evento in presenza in cui decine di aziende e organizzazioni sono presenti in Ateneo per interagire direttamente con studenti e laureati IULM, condividendo opportunità di lavoro e stage, stabilendo contatti professionali, raccogliendo CV e candidature e svolgendo colloqui di selezione per numerose posizioni aperte.

Link inserito: https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/career-service/career-service/

QUADRO B5 Eventuali altre iniziative

23/04/2025

Link inserito: https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling/studenti-disabilita
Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Ufficio diversaMENTE - Disabilità e DSA

QUADRO B6 Opinioni studenti

06/09/2021

Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Opinione degli studenti, a.a. 2024/25

QUADRO B7 Opinioni dei laureati

01/07/2024

Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Soddisfazione per il corso di studio concluso

QUADRO C1 — Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Dati e informazioni, a.a. 2024/25

QUADRO C2 — Efficacia Esterna

30/06/2025

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Condizione occupazionale

QUADRO C3 — Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Valutazione dello stagista, a.a. 2024/25

QUADRO D1 — Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

06/02/2020

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Organigramma funzionale IULM

QUADRO D2 — Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

06/06/2025

Come previsto dalle “Linee guida del Sistema di AQ di Ateneo”, i ruoli di maggior rilievo per la gestione del CdS sono i seguenti:

• Consiglio di Facoltà: quest’Organo ha la responsabilità formale dei Corsi di studio afferenti;

• Giunta di Facoltà: ogni Giunta è composta dal Preside e dai Referenti dei CdS afferenti alla Facoltà. La Giunta esamina periodicamente l’andamento del CdS e l’attuazione di eventuali interventi correttivi e/o di miglioramento;

• Referente del Corso di studio: l’Università IULM è strutturata per Facoltà e non è previsto un Consiglio di CdS. Il Referente è il coordinatore del CdS. Il Referente fa parte del Gruppo AQ;

• Gruppo di gestione AQ del CdS: è composto da professori e ricercatori di ruolo dell’Ateneo e da uno studente iscritto al Corso (la componente studentesca del Gruppo AQ sarà reintegrata a partire dall'autunno). I Gruppi di gestione AQ:
o organizzano il processo periodico di verifica dell’adeguatezza e dell’efficacia della gestione del CdS e delle attività di AQ;
o supportano la compilazione della SUA-CdS;
o successivamente all’analisi dei dati disponibili e alle verifiche necessarie, redigono annualmente la Scheda di monitoraggio;
o predispongono, dopo aver condotto le analisi necessarie, il Rapporto di riesame ciclico, con cadenza relazionata alla durata del CdS, e monitorano il livello di raggiungimento degli obiettivi ivi indicati;
o inseguito alla visita in loco, propongono e mettono in atto le azioni correttive di adeguamento ai rilievi ricevuti.

• Commissione paritetica docenti-studenti: vi è una Commissione per ogni Facoltà, composta da un membro docente e un membro studente per ogni CdS afferente alla Facoltà; la componente studentesca è selezionata tramite bando biennale emanato con Decreto Rettorale. La Commissione paritetica è un organismo di valutazione interna competente a:
o svolgere attività di monitoraggio dell'offerta formativa e della qualità della didattica, nonché dell'attività di servizio agli studenti da parte dei professori e dei ricercatori;
o individuare indicatori per la valutazione dei risultati delle stesse;
o formulare pareri sull'attivazione e la soppressione di CdS;
o formulare pareri sull’adeguatezza del carico didattico(CFU).

Link inserito: http://

QUADRO D3 | Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

06/06/2025

Il programma delle attività di AQ relativo alla didattica, con le relative scadenze comuni a tutti i CdS dell'Ateneo, è riportato nel Calendario per l'AQ della didattica predisposto dal Presidio della qualità ed aggiornato nel 2020:

- gennaio:
o inizio in carico studenti dei Gruppi AQ e delle CPDS. L'incarico è di durata biennale;
o approvazione in Senato Accademico e nel Consiglio di Facoltà d'interesse di eventuali nuovi Corsi di studio (sezioni ordinamentali della SUA-CdS), come da scadenze comunicate dal Ministero;

- febbraio:
o modifica ordinamento CdS in seguito all'approvazione in Senato Accademico e nel Consiglio di Facoltà d'interesse secondo le scadenze comunicate dal Ministero;
o formazione studenti Gruppi AQ e CPDS (ogni due anni);

- marzo:
o stesura dei programmi degli insegnamenti per l'a.a. successivo, revisione da parte dei Gruppi AQ e loro caricamento, come da Linee guida del Presidio della qualità;
o apertura SUA-CdS ordinamentale (a.a.successivo);

- aprile:
o incontri tra studenti Gruppo AQ e CPDS e studenti del CdS;
o relazione del NdV sulla rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (30 aprile);

- maggio:
o rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (secondo semestre);
o chiusura SUA-CdS (scadenza interna per permettere la revisione delle Schede);

- giugno:
o pubblicazione indicatori ANVUR (30 giugno);
o chiusura SUA-CdS, secondo le scadenze comunicate dal Ministero;

- luglio:
o invio risultati della rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche e analisi dei dati a cura dei diversi attori;

- settembre:
o incontri tra i docenti titolari degli insegnamenti dei singoli Corsi di studio, con condivisione sui contenuti degli insegnamenti;
o SMA (30 settembre);
o nomina/conferma docenti Gruppi AQ, da verbalizzarsi in occasione del Consiglio di Facoltà,

- ottobre:
o Relazione annuale del NdV per ANVUR (15 ottobre);

- novembre:
o incontri tra studenti Gruppo AQ e CPDS e studenti del CdS (primariamente rivolto a studenti dell'anno); o pubblicazione, ogni due anni, del Bando di selezione degli studenti nei Gruppi AQ e nelle CPDS;
o incontri di confronto annuale tra i Gruppi AQ e le rispettive Commissioni paretiche docenti-studenti;

- dicembre:
o rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (primo semestre);

o Relazione CPDS (10dicembre).

Link inserito: http://

QUADRO D4 | Riesame annuale

06/06/2025

Il Riesame Annuale coinvolge tutti i CdS dell'Ateneo e consiste nel monitoraggio, ad opera del Gruppo di AQ del CdS, di un set di indicatori resi disponibili dall'ANVUR. Tale attività è dettagliata nelle 'Linee guida per la compilazione della Scheda di Monitoraggio Annuale dei Corsi di studio' predisposta dal Presidio della qualità ad ottobre 2018 ed aggiornate l'ultima volta a luglio 2024.

In particolare la stesura della Scheda di monitoraggio annuale consiste nella redazione di un sintetico commento degli indicatori che ANVUR fornisce periodicamente agli Atenei. Tali indicatori quantitativi si riferiscono alle carriere degli studenti, all'attrattività e all'internazionalizzazione, all'occupabilità e alla soddisfazione dei laureati, alla quantità e qualificazione del corpo docente.

La Scheda di monitoraggio annuale è il documento di supporto al miglioramento dei CdS: lo scopo principale è quello di portare alla luce gli aspetti critici dei CdS, evidenziandoli in un commento che possa indicarne le cause e gli eventuali correttivi, in ottica anticipatoria del Riesame ciclico successivo.

Ogni CdS deve esaminare gli indicatori di interesse in relazione alle proprie caratteristiche e ai propri obiettivi, ponendo anche attenzione a eventuali significativi scostamenti dalle medie nazionali o macro-regionali di riferimento, al fine principale di rilevare tanto i propri punti di forza (individuando ad esempio quegli indicatori per i quali il confronto con i CdS della stessa Classe risulta maggiormente positivo), quanto le aree di miglioramento, e di pervenire, attraverso anche altri elementi di analisi, al riconoscimento di quelle situazioni critiche per le quali attivare le azioni correttive più opportune.

Il commento agli indicatori dovrà essere sintetico, con approfondimenti solamente laddove necessario (situazioni critiche o in peggioramento).

Gli indicatori da commentare sono quelli estratti da ANVUR al 30 giugno o al 30 settembre di ogni anno (è necessario indicare quale versione si utilizza).

A supporto delle analisi del Gruppo AQ, l'Ufficio Statistico, valutazione e qualità fornisce periodicamente un Report statistico, redatto per ogni CdS dell'Ateneo e riportante dati e informazioni utili alle attività di autovalutazione: l'attrattività; gli esiti didattici; la laureabilità; gli stage e le esperienze di lavoro; l'esperienza all'estero; le opinioni degli studenti; le opinioni dei laureati; l'accompagnamento al mondo del lavoro (la condizione formativa e occupazionale dopo la laurea).

Le ulteriori informazioni contenute all'interno del Report statistico possono essere utilizzate per visualizzare trend più recenti e a supporto delle analisi del Gruppo AQ, ma non va fatto riferimento ai dati forniti internamente.

La scadenza per la compilazione della Scheda di monitoraggio annuale è fissata al 31 dicembre di ogni anno.
Internamente la scadenza viene anticipata al 30 settembre, per permettere alle CPDS di prenderne visione prima della loro Relazione annuale.

La SMA deve essere preventivamente portata all'attenzione dei rispettivi Consigli di Facoltà per la condivisione collegiale di quanto descritto ed emerso dall'osservazione degli indicatori e l'assunzione degli eventuali impegni da essa derivanti, ma non necessita di approvazione da parte del Consiglio di Facoltà.
Il Rapporto di Riesame ciclico rappresenta invece il momento più importante di autovalutazione periodica dei Corsi di studio, durante il quale si analizzano criticamente gli obiettivi prefissati e si valutano i risultati raggiunti.

Il Rapporto di Riesame ciclico è lo strumento che permette ai Corsi di studio, alle Facoltà e all'Ateneo di verificare che l'offerta formativa sia allineata alle conoscenze disciplinari più avanzate e ai fabbisogni del contesto sociale ed economico, tenendo anche conto:

• dei cicli di studio successivi (compreso il Dottorato di ricerca);
• delle proposte di miglioramento pervenute da docenti, studenti e parti interessate;
• delle considerazioni espresse dalle Commissioni paritetiche docenti-studenti e dagli altri attori del Sistema di AQ dell'Ateneo,
• della condizione occupazionale dei laureati e delle osservazioni degli Alumni;
• degli esiti delle consultazioni periodiche delle parti interessate.

A tal fine il Rapporto di Riesame ciclico potrebbe anche evidenziare l'eventuale necessità di apportare modifiche agli obiettivi di formazione e del sistema di gestione utilizzato dal Corso di studio per conseguirli, giustificando la modifica di ordinamento del Corso di studio.

Il Rapporto di Riesame ciclico dei Corsi di studio è redatto dai Gruppi di gestione AQ dei Corsi e deve essere formalmente approvato dal Consiglio di Facoltà. Il Rapporto deve essere trasmesso al Presidio della qualità, che ne verifica la correttezza formale e lo trasmette alle Commissioni paritetiche docenti-studenti, al Nucleo di valutazione e ad ANVUR.

Negli anni successivi alla redazione del Rapporto di Riesame ciclico i Gruppi di gestione AQ monitorano lo stato di avanzamento e l'efficacia delle azioni correttive intraprese.

L'attività di Riesame ciclico è dettagliata nelle 'Linee guida per la compilazione del Rapporto di Riesame Ciclico ' predisposte dal Presidio della qualità a maggio 2018 ed aggiornate nel giugno 2024.

Link inserito: http://

QUADRO D5 — Progettazione del CdS

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Progettazione CdL

QUADRO D6 — Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Elenco delle aziende dei settore moda e design che collaborano con IULM e offrono opportunità di stage e tirocini

QUADRO D7 | **Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria**

Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Nome del corso in italiano	Moda e industrie creative
Nome del corso in inglese	Fashion and creative industries
Classe	L-3 R - Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/moda-e-industrie-creative/moda-e-industrie-creative
Tasse	https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Corsi interateneo

Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione

Docenti di altre Università

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	ESPOSITO Annamaria
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di Arti, moda e turismo

Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	BRTSFN62L20F205S	BARTEZZAGHI	Stefano	M-FIL/05	11/C4	PA	1	
2.	SPSNMR64R46E515I	ESPOSITO	Annamaria	SECS-P/08	13/B2	PA	1	
3.	FRRMGG58M14E897N	FERRARESI	Mauro Guglielmo	SPS/08	14/C2	PA	1	
4.	MGSRLA63H08A479S	MAGISTA'	Aurelio		10/F3	ID	1	
5.	MGLNGL61R21B885E	MIGLIETTA	Angelo	SECS-P/08	13/B2	PO	1	
6.	PRLMTT75P05C523B	PIROLA	Matteo	ICAR/13	08/C1	RD	1	
7.	PZZGCM88B06L682Z	POZZI	Giacomo	M-DEA/01	11/A5	RD	1	
8.	RSSGPP70P09L219L	ROSSI	Giuseppe	IUS/02	12/E2	PA	1	
9.	SMPCML83D01F158M	SAMPERI	Carmelo		14/C2	ID	1	

Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Moda e industrie creative

Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
VENTURI	MATTEO	rappresentanza.studentesca@iulm.it	
LEONTI	SALVATORE AURELIO	rappresentanza.studentesca@iulm.it	

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
ESPOSITO	ANNAMARIA
GNOLI	SOFIA LEONCINA
POZZI	GIACOMO

Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
ESPOSITO	Annamaria		Docente di ruolo
GNOLI	Sofia Leoncina		Docente di ruolo
BARTEZZAGHI	Stefano		Docente di ruolo
FERRARESI	Mauro Guglielmo		Docente di ruolo
PIROLA	Matteo		Docente di ruolo
POZZI	Giacomo		Docente di ruolo

Programmazione degli accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale	No

Sede del Corso

Sede: 015146 - MILANO Via Carlo Bo, 1 - 20143	
Data di inizio dell'attività didattica	22/09/2025
Studenti previsti	250

Eventuali Curriculum

Moda	PDS1-2025
Industrie creative e design	PDS2-2025

Sede di riferimento Docenti,Figure Specialistiche e Tutor

Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
BARTEZZAGHI	Stefano	BRTSFN62L20F205S	
MAGISTA'	Aurelio	MGSRLA63H08A479S	
SAMPERI	Carmelo	SMPCML83D01F158M	
FERRARESI	Mauro Guglielmo	FRRMGG58M14E897N	
ESPOSITO	Annamaria	SPSNMR64R46E515I	

MIGLIETTA	Angelo	MGLNGL61R21B885E	
PIROLA	Matteo	PRLMTT75P05C523B	
POZZI	Giacomo	PZZGCM88B06L682Z	
ROSSI	Giuseppe	RSSGPP70P09L219L	

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
Figure specialistiche del settore non indicate		

Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
ESPOSITO	Annamaria	
GNOLI	Sofia Leoncina	
BARTEZZAGHI	Stefano	
FERRARESI	Mauro Guglielmo	
PIROLA	Matteo	
POZZI	Giacomo	

Altre Informazioni

Codice interno all'ateneo del corso	366^2025	
Massimo numero di crediti riconoscibili	**48**	max 48 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024

Corsi della medesima classe

- Arti ed eventi culturali
  Numero del gruppo di affinità 1

Date delibere di riferimento

Data di approvazione della struttura didattica	23/10/2024
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	28/10/2024
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	11/11/2019 - 14/01/2020
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	29/11/2019

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno ***SOLO per i corsi di nuova istituzione****. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accreditamento iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR*
Linee guida ANVUR

1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS
2. Analisi della domanda di formazione
3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi
4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obbiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)
5. Risorse previste
6. Assicurazione della Qualità

Le motivazioni per l'attivazione del Corso appaiono opportunamente descritte e documentate, anche in relazione alla domanda di formazione e al contesto nazionale e internazionale nelle aree di interesse. Tali motivazioni risultano inoltre perfettamente in linea con la programmazione strategica dell'Ateneo (a tal proposito si rimanda al Piano strategico dell'Ateneo per il triennio 2019-2021), che ha indicato nell'internazionalizzazione dell'offerta formativa uno dei percorsi di sviluppo di maggiore rilievo, considerando la spiccata vocazione all'apertura ai mercati globali dei settori della moda e dell'industria creativa italiana.
La domanda di formazione e il quadro competitivo in cui essa è inserita paiono sufficientemente approfonditi nella documentazione di progetto resa disponibile nel Quadro D5 della SUA-CdS.
I profili di competenza e i risultati di apprendimento attesi sono stati individuati con sufficiente chiarezza, anche avvantaggiandosi della pluriennale esperienza del Master in Management del made in Italy. consumi e comunicazione della moda, del design e del lusso dell'Università IULM. Risultano apprezzabili gli ulteriori affinamenti apportati in seguito alle osservazioni del CUN.
Si osserva inoltre che è già consolidato presso l'Ateneo un Corso di laurea nella medesima Classe del proponendo. A tale proposito le motivazioni addotte a supporto della proposta in esame appaiono sufficienti a giustificare la compresenza di entrambe le iniziative, che risultano sufficientemente differenziate e caratterizzate.
Il Sistema di AQ dei Corsi di studi dell'Ateneo offre sufficienti garanzie circa il monitoraggio del buon andamento dell'attività didattica e più in generale della qualità dell'esperienza studentesca. In particolare le metodiche previste dalle 'Linee guida per la stesura dei programmi degli insegnamenti - Requisito R3.B' predisposte dal Presidio della qualità (e promosse anche dal Pro Rettore alla didattica) favoriscono la definizione di contenuti degli insegnamenti coerenti con l'articolazione degli obiettivi formativi del Corso così come dettagliati nel Quadro A4.b.2 della SUA-CdS. Le verifiche effettuate dai Gruppi AQ dei CdS (efficacemente sperimentate sui CdS già attivi e di cui l'istituendo Corso di studio erediterà la metodologia) consentono di perseguire ulteriormente l'armonia dell'impianto didattico in coerenza con gli obiettivi formativi del CdS. Tale proposito è anche favorito dalla funzionalità del Consiglio di Facoltà, che, considerate le contenute dimensioni dell'Ateneo, consente un buon grado di collegialità già a questo livello di aggregazione. Tuttavia ad ulteriore stimolo alla collegialità del corpo docente il Nucleo suggerisce di mutuare anche nell'istituendo Corso gli incontri periodici dei docenti a livello di CdS già sperimentati da altri Corsi dell'Ateneo.
Per l'erogazione del Corso l'Ateneo può garantire adeguate risorse sia finanziarie, sia strutturali, che possono garantire adeguate dotazioni di docenza (come evidenziato sia dall'attuale composizione dell'organico, sia dal piano di raggiungimento presentato e approvato dal Nucleo), laboratoriali e logistiche.
La sussistenza di un efficace meccanismo di Assicurazione della Qualità appare adeguatamente garantito dal buon funzionamento del sistema già vigente per gli altri Corsi dell'Ateneo, che ha finora consentito il monitoraggio dell'andamento dell'attività in relazione agli obiettivi e la formulazione delle eventuali azioni correttive.
Tutte le informazioni utili alla definizione dell'ordinamento risultano presenti nella SUA-CdS. Alla luce delle evidenze raccolte il Nucleo di Valutazione ha dunque accertato il possesso dei requisiti per l'accreditamento iniziale ai fini dell'istituzione del Corso di laurea in 'Moda e industrie creative', esprimendo dunque il proprio parere favorevole.

Pdf inserito: visualizza

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

Si allega il parere favorevole all'istituzione del Corso di laurea in Comunicazione e promozione della moda e del design dall'a.a. 2020/21 espresso dal Comitato di coordinamento universitario per la Lombardia nella seduta del 29 novembre 2019.

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Parere del Comitato di Coordinamento Universitario per la Lombardia

Certificazione sul materiale didattico e servizi offerti [corsi telematici]

Offerta didattica erogata

	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	015146	2023	582500968	**ANALYTICS FASHION TRENDS** *semestrale*	SECS-S/05	Alessia FORCINITI CV *Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)*	SECS-S/05	48
2	015146	2025	582500475	**ARCHIVI DELLE INDUSTRIE CREATIVE** (modulo di CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE) *semestrale*	L-ART/04	Sofia Leoncina GNOLI CV *Professore Associato (L. 240/10)*	SPS/08	48
3	015146	2025	582500476	**ARTE E MEDIA** (modulo di ARTI VISIVE CONTEMPORANEE) *semestrale*	L-ART/06	Anna Luigia DE SIMONE CV *Professore Associato (L. 240/10)*	L-ART/06	48
4	015146	2023	582500972	**BEAUTY & WELLNESS** *semestrale*	SPS/08	Luca D'ELIA		48
5	015146	2024	582500143	**BUDGETING E REPORTING PER LA MODA E IL DESIGN** *semestrale*	SECS-P/07	Massimo FERRI		48
6	015146	2023	582500970	**COMUNICAZIONE E CRISIS MANAGEMENT** *semestrale*	SECS-P/08	**Docente di riferimento** Annamaria ESPOSITO CV *Professore Associato (L. 240/10)*	SECS-P/08	48
7	015146	2024	582500969	**CREATIVITA' E INTELLIGENZA ARTIFICIALE** *semestrale*	M-FIL/02	Luisa DAMIANO CV *Professore Ordinario (L. 240/10)*	M-FIL/02	48
8	015146	2024	582500142	**DATA AND TREND ANALYSIS** *semestrale*	SECS-S/03	Giorgio TAVANO BLESSI CV *Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)*	SPS/10	48
9	015146	2023	582500971	**DESIGN E ARTI CONTEMPORANEE** *semestrale*	ICAR/13	**Docente di riferimento** Matteo PIROLA *Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)*	ICAR/13	48

10	015146	2023	582500963	**DESIGN E COMUNICAZIONE DEL PROGETTO** *semestrale*	ICAR/13	Roberto SEMPRINI		48
11	015146	2024	582500965	**DESIGN FOR LIFE, CULTURE DEL PROGETTO** *semestrale*	ICAR/13	Fulvio IRACE CV		48
12	015146	2023	582500063	**DESIGN THINKING** *semestrale*	ICAR/13	Mario TRIMARCHI		48
13	015146	2024	582500141	**DIRITTO, BRAND, COPYRIGHT** *semestrale*	IUS/02	**Docente di riferimento** Giuseppe ROSSI CV *Professore Associato confermato*	IUS/02	48
14	015146	2024	582500144	**ECONOMIA E GESTIONE DELLE INDUSTRIE CREATIVE** *semestrale*	SECS-P/08	**Docente di riferimento** Angelo MIGLIETTA CV *Professore Ordinario*	SECS-P/08	48
15	015146	2024	582500136	**ESTETICA DELLA MODA E DEL DESIGN** *semestrale*	M-FIL/04	Renato BOCCALI CV *Professore Associato (L. 240/10)*	M-FIL/04	48
16	015146	2024	582500973	**FONDAZIONI D'ARTE E DI MODA** *semestrale*	L-ART/03	Astrid Regina WELTER CV		48
17	015146	2024	582500966	**FOTOGRAFIA DI MODA E DI DESIGN** *semestrale*	L-ART/06	Enrica MORINI CV		36
18	015146	2024	582500966	**FOTOGRAFIA DI MODA E DI DESIGN** *semestrale*	L-ART/06	Giovanni SQUATRITI		12
19	015146	2023	582500962	**GIORNALISMO DI MODA** *semestrale*	SPS/08	Nicoletta POLLA MATTIOT		48
20	015146	2023	582500072	**IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN** (modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN) *semestrale*	ICAR/13	**Docente di riferimento** Matteo PIROLA *Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)*	ICAR/13	48
21	015146	2023	582500060	**IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA** (modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA) *semestrale*	L-ART/05	Eugenio GALLAVOTTI CV		48
22	015146	2025	582500484	**INFORMATICA PER**	INF/01	Sofia GIRELLI		48

				LA COMUNICAZIONE CREATIVA *semestrale*		CV		
23	015146	2023	582500069	**INNOVATION FASHION DESIGN** *semestrale*	ICAR/13	Antonio MANCINELLI		48
24	015146	2024	582500139	**INTERCULTURALITA', SOSTENIBILITA', INCLUSIVITA'** *semestrale*	M-DEA/01	**Docente di riferimento** Giacomo POZZI *Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)*	M-DEA/01	48
25	015146	2025	582500477	**LABORATORIO DI ADVERTISING PER LA MODA E IL DESIGN** *semestrale*	SPS/08	**Docente di riferimento** Mauro Guglielmo FERRARESI CV *Professore Associato (L. 240/10)*	SPS/08	48
26	015146	2025	582500485	**LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE I (COMUNICAZIONE SCRITTA)** *semestrale*	L-FIL-LET/12	**Docente di riferimento** Aurelio MAGISTA' CV *Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)*		48
27	015146	2024	582500138	**LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE II (COMUNICAZIONE ORALE)** *semestrale*	M-PSI/06	Massimo BUSTREO CV *Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)*	M-PSI/01	48
28	015146	2023	582500070	**LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE III (COMUNICAZIONE VISIVA)** *semestrale*	L-ART/06	Kevin Maria PEDRON		48
29	015146	2023	582500061	**LABORATORIO DI VISUAL DESIGN** *semestrale*	ICAR/13	Thomas BERLOFFA CV		48
30	015146	2023	582500065	**LABORATORIO DI VISUAL MERCHANDISING** *semestrale*	ICAR/13	Valeria Elisabetta VOLPONI CV		48
31	015146	2024	582500137	**MARKETING DELLA MODA E DEL DESIGN** *semestrale*	SECS-P/08	**Docente di riferimento** Annamaria ESPOSITO CV *Professore Associato (L. 240/10)*	SECS-P/08	48
32	015146	2024	582500964	**MEDIA RELATIONS: ART, FASHION,**	SPS/08	Paola Caterina Doretta MANFREDI CV		48

				DESIGN *semestrale*				
33	015146	2024	582500140	**PROFESSIONAL ENGLISH II**	L-LIN/12	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" CV		120
34	015146	2023	582500066	**PROFESSIONAL ENGLISH III**	L-LIN/12	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" CV		120
35	015146	2025	582500479	**SEMIOTICA DELLA CREATIVITA'** (modulo di CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE) *semestrale*	M-FIL/05	**Docente di riferimento** Stefano BARTEZZAGHI CV *Professore Associato (L. 240/10)*	M-FIL/05	48
36	015146	2024	582500967	**SOCIAL MEDIA AND INFLUENCER** *semestrale*	SPS/08	Leonardo BELLINI		48
37	015146	2023	582501013	**STILI E LINGUAGGI AUDIOVISIVI** *semestrale*	L-ART/06	Alberto Achille PEZZOTTA CV *Professore Associato (L. 240/10)*	L-ART/06	48
38	015146	2025	582500486	**STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA** (modulo di ARTI VISIVE CONTEMPORANEE) *semestrale*	L-ART/03	Anna Luigia DE SIMONE CV *Professore Associato (L. 240/10)*	L-ART/06	48
39	015146	2025	582500487	**STORIA E CULTURA DEL DESIGN** (modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN) *semestrale*	ICAR/13	Thomas BERLOFFA CV		48
40	015146	2025	582500478	**STORIA E CULTURA DEL MADE IN ITALY** (modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN) *semestrale*	SECS-P/12	Claudio Emanuele FELICE CV *Professore Ordinario (L. 240/10)*	SECS-P/12	48
41	015146	2025	582500482	**STORIA E CULTURA DELLA MODA** (modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN) *semestrale*	L-ART/03	Sofia Leoncina GNOLI CV *Professore Associato (L. 240/10)*	SPS/08	48
42	015146	2025	582500483	**WEB COMMUNICATION E SOCIAL MEDIA** *semestrale*	SPS/08	**Docente di riferimento** Carmelo SAMPERI CV *Attivita' di insegnamento*		24

						(art. 23 L. 240/10)		
43	015146	2025	582500483	**WEB COMMUNICATION E SOCIAL MEDIA** *semestrale*	SPS/08	Giacomo Claudio FALLICA CV		24
							ore totali	2112

Navigatore Repliche			
	Tipo	**Cod. Sede**	**Descrizione Sede Replica**
	PRINCIPALE		

Offerta didattica programmata

Curriculum: Moda

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline linguistiche e letterarie	L-FIL-LET/12 Linguistica italiana ↳ *LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE I (COMUNICAZIONE SCRITTA) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*	6	6	6 - 12
Discipline storiche	SECS-P/12 Storia economica ↳ *STORIA E CULTURA DEL MADE IN ITALY (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*	6	6	6 - 12
Discipline sociologiche, psico-pedagogiche, economico-aziendali	M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni ↳ *LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE II (COMUNICAZIONE ORALE) (2 anno) - 6 CFU - obbl* SECS-P/07 Economia aziendale ↳ *BUDGETING E REPORTING PER LA MODA E IL DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl* SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ *MARKETING DELLA MODA E DEL DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl* ↳ *ECONOMIA E GESTIONE DELLE INDUSTRIE CREATIVE (2 anno) - 6 CFU - obbl* SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ *LABORATORIO DI ADVERTISING PER LA MODA E IL DESIGN (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* ↳ *WEB COMMUNICATION E SOCIAL MEDIA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*	36	36	24 - 42

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 24)		
Totale attività di Base	48	36 - 66

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche ↳ *INTERCULTURALITA', SOSTENIBILITA', INCLUSIVITA' (2 anno) - 6 CFU - obbl* M-FIL/04 Estetica ↳ *ESTETICA DELLA MODA E DEL DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl* M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi ↳ *SEMIOTICA DELLA CREATIVITA' (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*	18	18	18 - 24
Discipline storico-artistiche	L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea ↳ *STORIA E CULTURA DELLA MODA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* ↳ *STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro ↳ *ARCHIVI DELLE INDUSTRIE CREATIVE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*	18	18	18 - 24
Discipline linguistiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ *ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS (2 anno) - 6 CFU - obbl*	6	6	6 - 12
Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	ICAR/13 Disegno industriale ↳ *STORIA E CULTURA DEL DESIGN (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* ↳ *LABORATORIO DI VISUAL MERCHANDISING (3 anno) - 6 CFU - obbl*	42	42	30 - 48

	↳ *INNOVATION FASHION DESIGN (3 anno) - 6 CFU - obbl*			
	L-ART/05 Discipline dello spettacolo			
	↳ *IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA (3 anno) - 6 CFU - obbl*			
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			
	↳ *ARTE E MEDIA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*			
	↳ *REGIA DELLA SFILATA (3 anno) - 6 CFU - obbl*			
	↳ *LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE III (COMUNICAZIONE VISIVA) (3 anno) - 6 CFU - obbl*			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 66)				
Totale attività caratterizzanti			84	72 - 108

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	INF/01 Informatica	18	18	18 - 24 min 18
	↳ *INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE CREATIVA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*			
	IUS/02 Diritto privato comparato			
	↳ *DIRITTO, BRAND, COPYRIGHT (2 anno) - 6 CFU - obbl*			
	SECS-S/03 Statistica economica			
	↳ *DATA AND TREND ANALYSIS (2 anno) - 6 CFU - obbl*			
Totale attività Affini			18	18 - 24

Altre attività	CFU	CFU Rad
A scelta dello studente	18	12 - 18

Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	3 - 9
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	0	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	0	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	0 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	0 - 6
Totale Altre Attività		30	21 - 57

CFU totali per il conseguimento del titolo	**180**	
CFU totali inseriti nel curriculum *Moda*:	180	147 - 255

Navigatore Repliche			
	Tipo	**Cod. Sede**	**Descrizione Sede Replica**
	PRINCIPALE		

Curriculum: Industrie creative e design

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline linguistiche e letterarie	L-FIL-LET/12 Linguistica italiana ↳ *LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE I (COMUNICAZIONE SCRITTA) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*	6	6	6 - 12
Discipline storiche	SECS-P/12 Storia economica ↳ *STORIA E CULTURA DEL MADE IN ITALY (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*	6	6	6 - 12
Discipline		36	36	24 -

sociologiche, psico-pedagogiche, economico-aziendali	M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni ↳ *LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE II (COMUNICAZIONE ORALE) (2 anno) - 6 CFU - obbl* SECS-P/07 Economia aziendale ↳ *BUDGETING E REPORTING PER LA MODA E IL DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl* SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ *MARKETING DELLA MODA E DEL DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl* ↳ *ECONOMIA E GESTIONE DELLE INDUSTRIE CREATIVE (2 anno) - 6 CFU - obbl* SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ *LABORATORIO DI ADVERTISING PER LA MODA E IL DESIGN (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* ↳ *WEB COMMUNICATION E SOCIAL MEDIA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*			42
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 24)				
Totale attività di Base			48	36 - 66

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche ↳ *INTERCULTURALITA', SOSTENIBILITA', INCLUSIVITA' (2 anno) - 6 CFU - obbl* M-FIL/04 Estetica ↳ *ESTETICA DELLA MODA E DEL DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl* M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi ↳ *SEMIOTICA DELLA CREATIVITA' (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*	18	18	18 - 24
Discipline storico-		18	18	18 -

artistiche	L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea ↳ *STORIA E CULTURA DELLA MODA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* ↳ *STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro ↳ *ARCHIVI DELLE INDUSTRIE CREATIVE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl*			24
Discipline linguistiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ *ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS (2 anno) - 6 CFU - obbl*	6	6	6 - 12
Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	ICAR/13 Disegno industriale ↳ *STORIA E CULTURA DEL DESIGN (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* ↳ *IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI DESIGN (3 anno) - 6 CFU - obbl* ↳ *LABORATORIO DI VISUAL DESIGN (3 anno) - 6 CFU - obbl* ↳ *DESIGN RETAIL (3 anno) - 6 CFU - obbl* ↳ *DESIGN THINKING (3 anno) - 6 CFU - obbl* L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione ↳ *ARTE E MEDIA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* ↳ *LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE III (COMUNICAZIONE VISIVA) (3 anno) - 6 CFU - obbl*	42	42	30 - 48
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 66)				
Totale attività caratterizzanti			84	72 - 108

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	INF/01 Informatica ↳ *INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE CREATIVA (1 anno) - 6*	18	18	18 - 24 min 18

	CFU - semestrale - obbl			
	IUS/02 Diritto privato comparato			
	↳ *DIRITTO, BRAND, COPYRIGHT (2 anno) - 6 CFU - obbl*			
	SECS-S/03 Statistica economica			
	↳ *DATA AND TREND ANALYSIS (2 anno) - 6 CFU - obbl*			
Totale attività Affini			18	18 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		18	12 - 18
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	3 - 9
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	0	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	0	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	0 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		0	0 - 6
Totale Altre Attività		30	21 - 57

CFU totali per il conseguimento del titolo	**180**	
CFU totali inseriti nel curriculum *Industrie creative e design*:	180	147 - 255

Navigatore Repliche			
	Tipo	**Cod. Sede**	**Descrizione Sede Replica**
	PRINCIPALE		

Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori

Attività di base

RaD

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline linguistiche e letterarie	L-FIL-LET/10 Letteratura italiana L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea L-FIL-LET/12 Linguistica italiana	6	12	-
Discipline storiche	M-STO/04 Storia contemporanea SECS-P/12 Storia economica	6	12	-
Discipline sociologiche, psico-pedagogiche, economico-aziendali	M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	24	42	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 24:		-		
Totale Attività di Base		36 - 66		

Attività caratterizzanti
RaD

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche M-FIL/04 Estetica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	18	24	-
Discipline storico-artistiche	L-ART/02 Storia dell'arte moderna L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro	18	24	-
Discipline linguistiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese	6	12	-
Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	ICAR/13 Disegno industriale L-ART/05 Discipline dello spettacolo L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	30	48	24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 66:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	72 - 108

Attività affini
RaD

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito

	min	max	
Attività formative affini o integrative	18	24	18

Totale Attività Affini	18 - 24

Altre attività
RaD

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	18
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	9
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	0	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	0	6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	0	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		0	6

Totale Altre Attività	21 - 57

Riepilogo CFU
RaD

CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	147 - 255

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

- Titolo del corso: è stato accolto il rilievo e si è modificato il titolo in 'Moda e Industrie creative' (in inglese 'Fashion and creative industries'), riportandolo entro i termini della Classe L-3
- Obiettivi formativi: sono stati rivisti gli obiettivi formativi e gli sbocchi occupazionali in maggiore coerenza con quelli previsti dalla Classe L-3, riconducendovi con maggiore precisione gli elementi qualificanti dell'impianto progettuale del Corso già ampiamente condivisi con le parti interessate. Negli obiettivi formativi particolare attenzione è stata posta alla revisione dell'uso dei termini 'design' e 'comunicazione': il primo ove opportuno è stato declinato con riferimento all'industria culturale e più specificatamente alle 'industrie creative'; il secondo riconducendolo all'accezione strumentale prevista dalla Classe L-3 ('possedere adeguate competenze e strumenti per la comunicazione')
- Risultati di apprendimento: sono stati accolti i rilievi ed effettuate le modifiche suggerite
- Sbocchi occupazionali: sono stati accolti i rilievi ed effettuate le modifiche suggerite, ridefinendo i principali sbocchi occupazionali come segue: 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
- Attività di base: con riferimento alle Discipline sociologiche, psicologiche e pedagogiche è stato ridotto il numero di CFU assegnati (erano 24-36 e sono ora 12-24) e al contempo elevato a 3 il numero di SSD indicati, con l'aggiunta di M-PSI/01 ai preesistenti M-PSI/06 e SPS/08
- Attività caratterizzanti: con riferimento alle Discipline storico-artistiche è stato incrementato il numero di CFU (erano 6-12 e sono ora 18-24) e al contempo elevato a 3 il numero di SSD indicati, con l'aggiunta di L-ART/02 ai preesistenti L-ART/03 e L-ART/04
- In considerazione delle revisioni apportate è stata inoltre affinata l'attribuzione di CFU e SSD agli ambiti caratterizzanti delle Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche e della Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche
- Note attività affini: è stata inserita la richiesta nota

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

Il Corso di Laurea in Moda e industrie creative si differenzia rispetto al corso di laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali afferente alla stessa classe di laurea L-03 e inserita nell'offerta formativa della Facoltà di Arti, Turismo e Mercati dell'Università IULM.
Infatti, mentre il Corso di Laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali fornisce le competenze di base per operare nel panorama delle professioni culturali, nel sistema delle arti e nelle produzioni dello spettacolo, il nuovo Corso di Laurea fornisce le competenze di base per operare nelle professioni al servizio della moda e delle industrie creative e nello specifico nelle attività creazione di contenuti per la comunicazione della moda e delle industrie creative, nelle attività di organizzazione di eventi e sfilate, nella ricerca e interpretazione di trend artistici e culturali emergenti nel settore delle industrie creative.

Gli scenari che caratterizzano il sistema delle arti e le produzioni dello spettacolo sono profondamente diversi da quelli che connotano il settore della moda e in generale delle industrie creative. Di conseguenza le finalità formative progettate per i due corsi di studio rispecchiano le specifiche esigenze e i fabbisogni dei due diversi settori.
Nel Corso di Laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali sono enfatizzati gli aspetti storici e storico-artistici e quelli economico-manageriali utili a professionisti della cultura e dell'arte; nel nuovo Corso di Laurea sono valorizzate le conoscenze storico-critiche necessarie alla comprensione delle culture e dei linguaggi delle industrie creative, dei linguaggi espressivi artistici utili alla comprensione di moda e e prodotti delle industrie creative, dei processi comunicativi.
Il corso presenta inoltre un approccio laboratoriale che favorisce l'acquisizione di competenze per la pubblicità delle creazioni di moda, comunicazione, ideazione e creazione di eventi e sfilate.
Tali differenze si possono apprezzare anche dall'analisi degli obiettivi formativi, dei piani di studio e dei profili professionali che risultano chiaramente diversificati nei due Corsi di Laurea.
Inoltre, il progetto istitutivo del nuovo Corso di Laurea si propone di rispondere al fabbisogno occupazionale della moda e dell'industria creativa, come emerso dalle analisi del contesto che hanno preceduto la stesura della proposta formativa.
Si segnala, poi, che nell'Ateneo non sono attivi CdS di classe diversa con profili culturali e professionali simili a quello di nuova istituzione.
Con riferimento ad altri Corsi di Laurea L-03, un'analisi condotta sugli sbocchi occupazionali, si evidenzia, per il nostro Ateneo, una performance migliore rispetto alla media Almalaurea nella medesima classe, sia per quanto riguarda la percentuale dei laureati che lavora, sia per quella dei laureati che lavorano e frequentano un corso di laurea magistrale.

Note relative alle attività di base
RaD

Note relative alle attività caratterizzanti
RaD

Note relative alle altre attività
RaD