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:1600318)*
Nome del corso in inglese	Fashion and creative industries
Classe	L-3 - 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	

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BARTEZZAGHI	Stefano		PA	1	
2.	DE SIMONE	Anna Luigia		PA	1	

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

Rappresentanti Studenti	ARBORE BEATRICE rappresentanza.studentesca@iulm.it LEONTI SALVATORE AURELIO rappresentanza.studentesca@iulm.it CALABRESE ELISABETTA GAIA rappresentanza.studentesca@iulm.it
Gruppo di gestione AQ	ANNAMARIA ESPOSITO MAURO GUGLIELMO FERRARESI 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

15/03/2024

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

pubblicità, ideazione e creazione di eventi per la moda e il design, sviluppo di materiali di comunicazione per promuovere le creazioni di moda e gli altri prodotti creativi, inclusi materiale informativo e documentazione sui prodotti, redazione di comunicati stampa.
I laureati IULM in Moda e industrie creative disporranno sia di conoscenze critico-teoriche relative ai diversi linguaggi artistico-visuali necessari alla comprensione della moda, del design e del Made in Italy, sia di strumenti metodologici e pratici per comunicare e promuovere moda, design e altri prodotti creativi. Alla fine del percorso di studi i laureati saranno in grado di collaborare alla ideazione, creazione e gestione degli eventi di moda e design, dalle sfilate alle 'week', dai convegni alle fiere sia in modalità remota che in presenza. Sapranno ricercare e interpretare trend culturali e di lifestyle afferenti a moda e design nella scena nazionale e internazionale; sapranno comprendere le dinamiche competitive in cui operano le industrie creative; realizzare contenuti di comunicazione inclusiva e interculturale; comunicare la sostenibilità; leggere e interpretare budget e altri report; orientarsi nelle norme, anche internazionali, relative alla protezione dei diritti collegati alla proprietà intellettuale.
Il Corso prevede una componente di didattica frontale, 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)**

13/05/2024

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.

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

11/01/2024

Per potersi iscrivere è necessario il diploma di maturità o un altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto dall'Ateneo. Sono richieste buone conoscenze linguistiche, un'adeguata capacità espressiva scritta e orale, e una discreta conoscenza della lingua inglese.
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 40% dal curriculum scolastico (media dei voti di terza e quarta superiore);
- per il 10% dal 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. 2024/2025)

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 e delle pratiche interne al loro funzionamento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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
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
INNOVATION FASHION DESIGN url
LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI 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 DEL DESIGN *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* url
STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA *(modulo di ARTI VISIVE CONTEMPORANEE)* url
STORIA DELLA MODA *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* url
STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN url

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

Conoscenza e comprensione

Conoscenza avanzata dell' inglese in forma scritta e orale.
Comprensione della grammatica e dei vocaboli.
Conoscenza delle tecniche comunicative e pubblicitarie.
Conoscenza e comprensione dell'intreccio tra processi culturali, creativi e produttivi che caratterizzano l'ambito della moda in analogia con altre 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
CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE 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
PROFESSIONAL ENGLISH I url
PROFESSIONAL ENGLISH II url
PROFESSIONAL ENGLISH III url
PROFESSIONAL ENGLISH III url
SEMIOTICA DELLA CREATIVITA' *(modulo di CULTURE E LINGUAGGI DELLE INDUSTRIE CREATIVE)* 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

10/06/2022

Le attività affini e integrative presenti nel piano di studi del Corso di Laurea appartengono all'area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche. 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 competitiva ed economico-gestionale e di marketing delle imprese creative, nonché strumenti per la ricerca e l'analisi dei dati utili a comprendere i gusti dei consumatori, per la lettura di budget e per la comprensione delle tecniche di redazione. Attraverso queste attività lo studente apprende inoltre conoscenze relative alle norme per la protezione dei diritti collegati alla proprietà intellettuale.

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

11/01/2024

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/71633b2f-0a96-4b87-9f11-c0be35047c02/PROVA+FINALE__arti+e+turismo+_triennali+_2023_24.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-71633b2f-0a96-4b87-9f11-c0be35047c02-oMA9IEr (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/19d1bf4d-6c02-40d4-bcd2-a7a16168883c/Regolamento+didattico+2024-2025+CDL+MIC.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-19d1bf4d-6c02-40d4-bcd2-a7a16168883c-oYg2-MZ

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/2da701eb-51a9-4c0e-a6c0-4b6eff32250c/Calendario+didattico+2024_2025.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*	GNOLI SOFIA LEONCINA CV	PA	6	48	

			DELLE INDUSTRIE CREATIVE) link					
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.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ADVERTISING PER LA MODA E IL DESIGN link	FERRARESI MAURO GUGLIELMO CV	PA	6	48	✔
6.	L-FIL-LET/12	Anno di corso 1	LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE I (COMUNICAZIONE SCRITTA) link	MAGISTA' AURELIO CV	ID	6	48	✔
7.	L-LIN/12	Anno di corso 1	PROFESSIONAL ENGLISH I link	SSML "CARLO BO" SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI CV		6	120	
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.	ICAR/13	Anno di corso 1	STORIA DEL DESIGN *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* link	IRACE FULVIO CV		6	48	
10.	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	
11.	L-ART/03	Anno di corso 1	STORIA DELLA MODA *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* link	GNOLI SOFIA LEONCINA CV	PA	6	48	
12.	ICAR/13 SECS-	Anno di	STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN link			18		

	P/12 L-ART/03	corso 1						
13.	SECS-P/12	Anno di corso 1	STORIA E CULTURA DEL MADE IN ITALY *(modulo di STORIA DELLA MODA E DEL DESIGN)* link	MINGARDI ALBERTO CV	PO	6	48	
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.	M-FIL/04	Anno di corso 2	ESTETICA DELLA MODA E DEL DESIGN link			6		
21.	M-DEA/01	Anno di corso 2	INTERCULTURALITA', SOSTENIBILITA', INCLUSIVITA' link			6		
22.	M-PSI/06	Anno di corso 2	LABORATORIO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE II (COMUNICAZIONE ORALE) link			6		
23.	SECS-P/08	Anno di corso 2	MARKETING DELLA MODA E DEL DESIGN link			6		

24.	L-LIN/12	Anno di corso 2	PROFESSIONAL ENGLISH II 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	LABORATORIO DI VISUAL MERCHANDISING link			6		

		corso 3						
35.	L-LIN/12	Anno di corso 3	PROFESSIONAL ENGLISH III link			6		
36.	PROFIN_S	Anno di corso 3	PROVA FINALE link			6		
37.	L-ART/06	Anno di corso 3	REGIA DELLA SFILATA *(modulo di LABORATORIO DI IDEAZIONE E CREAZIONE DEGLI EVENTI DI MODA)* link			6		
38.	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)

15/03/2024

• Stage curriculari Italia/estero, ovvero periodi di tirocinio svolti da studenti regolarmente iscritti all'Ateneo, presso Enti ed Imprese esterni all'Ateneo, per periodi superiori a quattro settimane consecutive.

• Stage extracurriculari, ovvero periodi di tirocinio svolti da laureati presso Enti ed Imprese esterni all'Ateneo per la durata di dodici 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	SKEMA Business School		26/02/2022	solo italiano
7	Francia	SUP DE PUB		18/02/2019	solo italiano
8	Germania	BSP Business and Law School		04/03/2022	solo italiano
9	Messico	Universidad AnÃ¡huac MÃ©xico		11/11/2021	solo italiano

10	Paesi Bassi	Rotterdam University of Applied Sciences		15/11/2019	solo italiano
11	Regno Unito	University of the Arts London		08/06/2021	solo italiano
12	Spagna	ESNE Madrid		22/11/2021	solo italiano
13	Spagna	LCI Barcelona		09/05/2022	solo italiano
14	Spagna	Universidad Loyola Andalucia		18/02/2015	solo italiano
15	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		19/11/2021	solo italiano
16	Spagna	Universidad de CoruÃ±a		26/04/2022	solo italiano
17	Spagna	Universidad de Navarra		08/04/2022	solo italiano

QUADRO B5 | Accompagnamento al lavoro

15/03/2024

• CV Check. Un servizio rivolto agli studenti e laureati IULM per offrire un aiuto nella redazione e correzione del proprio curriculum vitae anche in lingua inglese, francese e spagnola.

• Career Advisory. Servizio offerto agli studenti e laureati di supporto nei momenti strategici per la valutazione del proprio percorso professionale. Assessment della propria carriera.

• 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 eventuali aree di miglioramento. La simulazione può essere svolta a livello conoscitivo o come preparazione a sostenere un colloquio per una posizione reale.

• Supporto Cover Letter. Fornire supporto agli studenti / laureati nell'ottimizzare o imparare a strutturare una Cover Letter per rendere le loro candidature più efficaci.

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

• IULM for Job LinkedIn. È stato costituito un gruppo chiuso su LinkedIn al quale hanno accesso solo ed esclusivamente gli studenti e i laureati IULM per essere informati sulle offerte di stage e placement, nonché iniziative ed eventi di carattere professionale più rilevanti in linea con i loro profili.

• IULM for Job Instagram – è stato creato un account di Instagram (@iulmforjob) per aumentare la visibilità delle offerte, i servizi e gli eventi organizzati dall'Ufficio e creare più engagement da parte degli studenti / laureati.

• Corso iscrizione & Utilizzo di Almalaurea IULM. Webinar tenuto per aiutare gli studenti e i laureati a registrarsi correttamente alla piattaforma 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 – Servizio online in presenza per raggiungere più persone contemporaneamente sul tema dei CV, Cover Letter, Preparazione al Colloquio e Ricerca Opportunità professionali. Gli incontri non sono ad personam, ma più generali con una formula da lezione frontale con il supporto di materiale visivo (slide).

• Servizi di Assessment. Continua il servizio nell'ambito del progetto denominato Job Fitness Center per i corsi magistrali, consiste in tre incontri di formazione con focus sull'assessment, quale strumento utilizzato dalle aziende per la selezione

delle risorse da inserire, durante i quali gli studenti approfondiscono le competenze trasversali oggetto di valutazione.

• International Coaching Project. Seconda edizione del progetto per offrire un percorso di coaching, in collaborazione con una coach internazionale, incentrato sulle professional & business skills per studenti internazionali delle magistrali di Hospitality & Tourism Management e Strategic Communication.

• Job seminar. Prevede l'intervento di professionisti a sostegno delle tematiche trattate dai programmi didattici. Le testimonianze riguardano spesso casi concreti e/o argomenti relativi alle professionalità esistenti all'interno dei diversi settori aziendali; questa modalità rappresenta il modo più efficace per conoscere le imprese di grande interesse e il loro contesto organizzativo a cui poter far riferimento nella pianificazione della propria carriera universitaria.

• Company Visits. Si tratta di un'opportunità educativa e di networking progettata per connettere gli studenti universitari con le aziende del settore. Durante una company visit, un gruppo di studenti visita fisicamente l'azienda ospitante per conoscere meglio la sua cultura aziendale, le operazioni quotidiane, i prodotti o servizi offerti e le opportunità di carriera disponibili. Sono stati organizzati per le lauree triennali di Turismo e le lauree triennali e magistrali della Facoltà di Interpretariato e Traduzione.

• Recruiting Events. Si tratta di presentazioni di realtà aziendali (nazionali e internazionali), con possibilità di reclutamento e selezione in Università. Le presentazioni hanno l'obiettivo di promuovere la cultura aziendale, presentare il profilo e la struttura organizzativa e le eventuali opportunità di inserimento professionale. L'azienda può così entrare in contatto diretto con gli studenti e i laureati per individuare le risorse con competenze rispondenti ai bisogni di recruiting.

• Career Fair Digitali di Facoltà. Le Career Fair settoriali suddivise per Facoltà (Arti e Turismo, Interpretariato, Comunicazione e Marketing e Moda), prevedono il coinvolgimento di aziende provenienti da diversi settori, si ripetono più volte durante l'anno, e permette alle aziende di avere uno spazio virtuale dedicato al fine di poter presentare il loro brand e le loro posizioni aperte, incontrare i ragazzi, raccogliere i loro curricula e svolgere colloqui di selezione.

• Career Fair in Presenza. Una tipologia di evento che riunisce una vasta gamma di aziende e organizzazioni, consentendo agli studenti di interagire direttamente con i rappresentanti delle aziende, esplorare opportunità di lavoro e stage, e stabilire contatti professionali che viene organizzata due volte all'anno.

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

QUADRO B5 | Eventuali altre iniziative

19/03/2024

A livello di Ateneo è presente l'Ufficio diversaMENTE - Disabilità e DSA che, in armonia con la legislazione vigente in materia, ha lo scopo di prestare ascolto alle richieste degli studenti interessati, raccogliere i loro bisogni e quindi sviluppare strategie di supporto all'apprendimento adeguate ai singoli casi. L'Ateneo ha infatti tra le sue priorità la volontà di garantire a tutti gli studenti pari opportunità di accesso alla cultura e alla formazione.

Tra le azioni rivolte agli studenti, oltre alla costante gestione delle richieste di informazione e supporto (sportello fisico, telefono, e-mail e social), offriamo:
• Orientamento matricole: supporto allo studente nella scelta del Corso di Laurea più idoneo;
• Colloqui individuali di accoglienza;
• Attrezzature tecniche e informatiche;
• Supporto per la richiesta di testi in formato digitale;
• Supporto agli studenti nella relazione con i docenti;
• Supporto alle richieste di esonero per studenti in possesso di invalidità uguale o superiore al 66% e/o verbale di accertamento dell'handicap in corso di validità;
• Supporto allo studio attraverso percorsi individualizzati;

• Corsi di orientamento e mobilità per studenti ciechi;
• Misure compensative/dispensative;
• Sportello DSA;
• Prima diagnosi e aggiornamento diagnostico DSA a condizioni agevolate presso il Centro Euresis;
• Incontro con la psicologa per individuare strategie operative (per studenti DSA);
• SuperReading, corsi di lettura strategica dedicati in particolare agli studenti con DSA;
• Corsi sul metodo di studio dedicati in particolare a studenti con DSA.

Da segnalare il Centro Euresis per la diagnosi, l'intervento, la ricerca sui DSA (aperto al territorio: singoli utenti, studenti, famiglie, insegnanti e a enti pubblici e privati: università, scuole, centri di supporto, ecc.) che raccoglie e sviluppa l'esperienza maturata dall'Università IULM nel campo dell'inclusione:

• Promuove una serie di attività di ricerca finalizzate a sostenere forme di inclusione a livello didattico e sociale;
• Svolge un lavoro di supporto agli studenti con DSA con interventi in campo diagnostico (grazie a una equipe autorizzata dalla Regione Lombardia) con servizi di tutoraggio, sostegno e percorsi formativi con progetti di ricerca su nuove procedure di intervento;
• Promuove il corso Super Reading, di cui l'Università IULM ha l'esclusiva per l'Italia, che promuove le abilità di leggere e comprendere un testo in modo strategico;
• Organizza corsi di formazione per insegnanti, tutor e operatori;
• Sostiene un impegno a favore della ricerca multidisciplinare e della internazionalizzazione.

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

QUADRO B6 | Opinioni studenti

06/09/2021

Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Opinione degli studenti, a.a. 2023/24

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. 2023/24

QUADRO C2 | Efficacia Esterna

01/07/2024

L'Ateneo aderisce al Consorzio Almalaurea, cui è affidata la rilevazione sulla Condizione occupazionale dei Laureati.

Pdf inserito: visualizza

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. 2023/24