



Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM

Facoltà di Arti e Turismo

Corso di Laurea in Moda e Industrie creative

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

Nome inglese del corso – Fashion and Creative Industries

REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2023/2024

Presentazione

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

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

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

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

Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo

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



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

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

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

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

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

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

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

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

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

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



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

Il laureato in Moda e industrie creative, grazie agli insegnamenti caratterizzanti e di base, è in grado di applicare in maniera autonoma e lavorando in team 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; di 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 il 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.

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

Discipline e attività laboratoriali in ambito artistico-visuale-mediale

Conoscenza e comprensione

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

Comprensione del binomio arte-cultura.

Comprensione del binomio arte-immagine.

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

Conoscenza e comprensione degli archivi delle industrie creative.

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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

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

Capacità di valorizzare gli archivi di moda quale ispirazione per i creativi contemporanei nella creazione di nuovi prodotti.

Capacità di valorizzare gli archivi di moda attraverso allestimenti museali.

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.

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.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Il laureato avrà acquisito capacità di analisi critica e interpretativa delle tematiche inerenti alle 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 alle bibliografie assegnate dai vari insegnamenti, alle attività seminariali, alle esperienze sul campo, ai progetti di laboratorio e allo stage curricolare; e saranno verificate negli esami orali e nelle prove scritte, in eventuali prove in itinere (laddove previste dall'insegnamento).

Abilità comunicative (communication skills)

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

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

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

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato avrà acquisito capacità di studio e di apprendimento specifiche 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.

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

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.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

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

- progettazione di concept creativi per eventi e sfilate e loro organizzazione;
- creazione di contenuti e sviluppo di materiali per valorizzare le produzioni artistico-creative, inclusi materiale informativo e documentazione sui prodotti, comunicati stampa, pubblicità;
- gestione degli spazi e visual merchandising;
- gestione delle strategie di comunicazione nei diversi media;



- ricerca per l'industria creativa;
- fashion&design digital archivist;
- e-commerce fashion retail.
- Content creator

Il corso prepara alla professione di:

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

Ricercatori di tendenze per la moda e le industrie creative;

Art Director junior per la moda e le industrie creative.

Norme relative all'accesso

Per potersi iscrivere è necessario il diploma di maturità o un altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto dall'Ateneo.

L'accesso è selettivo e basato su una graduatoria elaborata sulla base del merito scolastico e dell'esito del test che affronta le seguenti tematiche: inglese, storia contemporanea, storia dell'arte moderna e contemporanea, cultura della moda e del design, comprensione del testo, grammatica italiana e sintassi, ragionamento critico verbale, ragionamento numerico e ragionamento logico.

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 rilevato con il test di ammissione.

Le modalità di accesso sulla base del punteggio di inserimento nella graduatoria dipendono dalla sessione di svolgimento del test. In particolare:

- per la 1° e 2° sessione saranno ammessi solo i candidati con un punteggio non inferiore al 70% del valore massimo;
- per la 4° e ultima sessione saranno ammessi tutti i candidati sulla base della graduatoria definita con il punteggio ottenuto, fino ad esaurimento dei posti disponibili. I candidati con un punteggio inferiore al 70% del valore massimo eventualmente inclusi nella graduatoria potranno essere ammessi con l'attribuzione di OFA (Obblighi Formativi Aggiuntivi) in Storia dell'arte.
- per la 3° sessione verrà adottato il medesimo criterio della 2° oppure della 4°, a seconda del numero di posti ancora disponibili per lo specifico Corso di laurea. Il criterio adottato per la 3° sessione verrà comunicato entro cinque giorni prima della data del test.

In caso di OFA la Facoltà mette a disposizione degli studenti un corso di recupero finalizzato a rendere migliore la preparazione degli studenti e permettere loro di restare al passo con gli studi. Il corso di recupero OFA fornirà allo studente gli strumenti metodologici per affrontare lo studio della disciplina nella quale aveva maturato gli OFA.

Il conseguimento dell'idoneità relativa agli Obblighi Formativi Aggiuntivi dovrà avvenire entro il primo anno di iscrizione mediante il superamento dell'esame di Arti visive contemporanee.

L'Ufficio tutorato orientamento e counseling predispone un servizio di peer tutor che potrà supportare lo studente, specialmente durante il periodo di inserimento nella vita accademica, per la compilazione del Piano di studi personalizzato e per la preparazione alle sessioni d'esame.



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

https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fa7b94d6-dc99-4a99-b205-50d1361dfd62/Regolamento+ammissione+ai+corsi+di+laurea+2023_24_rev+15_11_2022+-+new.pdf?MOD=AJPERES

Organizzazione del corso di laurea

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

Modalità di verifica del profitto

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



PIANO DEGLI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN

MODA E INDUSTRIE CREATIVE

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

I ANNO A. A. 2023/24

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



II ANNO A. A. 2024/2025

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



III ANNO A. A. 2025/2026

INDIRIZZO: MODA

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

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

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

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



INDIRIZZO: INDUSTRIE CREATIVE E DESIGN

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

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

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

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

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

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



Tipologie e forme didattiche

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

Laboratori di lingue straniere

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

Stage professionale

Il Regolamento Stage è pubblicato sul portale dell'Università, alla pagina:

<https://www.iulm.it/it/myiulm/corsi/triennali/moda-e-industrie-creative/moda-e-industrie-creative>

Vedi sezione **STAGE E WORKHOP**

Ulteriori modalità di acquisizione dell'idoneità di workshop potranno essere indicate dalla Facoltà con bando ad hoc.

Frequenza ai corsi

La frequenza non è obbligatoria ma fortemente consigliata.

Modalità d'esame di profitto

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

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



Link relativi alle modalità di verbalizzazione degli esami di profitto:

Procedura di verbalizzazione esami

<https://www.iulm.it/it/myiulm/come-fare/modalita-verbalizzazione-esami>

International Language Centre (ILC)

I regolamenti e le informazioni relative all'attività del Laboratorio didattico di lingue straniere sono pubblicati in MyIULM>Corso di Laurea in Moda e industrie creative>alla voce **Laboratori**

E anche sulla Community, sezione International Language Center (ILC) <http://community.iulm.it/>

Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame

L'organizzazione della didattica è su base semestrale e i semestri sono a loro volta suddivisi in due cicli di lezioni. Per l'A.A. 2023/2024, i termini sono i seguenti:

CALENDARIO DELLE LEZIONI

1° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

dal 25 settembre al 22 dicembre 2023

dal 25 settembre al 4 novembre 2023

dal 13 novembre al 22 dicembre 2023

2° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

dal 19 febbraio al 25 maggio 2024

dal 19 febbraio al 28 marzo 2024

dal 15 aprile al 25 maggio 2024

Modalità di svolgimento delle attività didattiche

Corso di 24 ore (3 CFU)

2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di un ciclo didattico.

Corso di 48 ore (6 CFU)

2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.

Corso di 72 ore (9 CFU)

3/4 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 3/4 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.

Corso di 96 ore (12 CFU)

4/5 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 4/5 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre o 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni in entrambi i semestri.

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

ESAMI DI PROFITTO

Sessione d'esami dedicata agli studenti di scambio internazionale

dal 18 al 22 dicembre 2023



Sono previste **3 sessioni di esami di profitto**, per un totale di 8 appelli per ciascun insegnamento:

I sessione (IV sessione A.A. 2022/2023 per studenti in debito d'esami rispetto ad anni precedenti)	dal 9 gennaio al 17 febbraio 2024 (3 appelli)
II sessione	dal 27 maggio al 4 luglio 2024 (3 appelli)
III sessione	dal 27 agosto al 21 settembre 2024 (2 appelli)

SESSIONI DI LAUREA

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

Il **calendario didattico** è pubblicato sul portale dell'Università alla pagina
<https://www.iulm.it/it/myiulm/corsi/triennali/moda-e-industrie-creative/moda-e-industrie-creative>

Vedi sezione QUICK LINKS

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

Riconoscimento delle carriere pregresse degli studenti provenienti da rinuncia agli studi

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

1. corrispondenza in termini di CFU delle attività precedentemente svolte dallo studente comparate con quanto richiesto dal Corso di Studio;
2. corrispondenza dei programmi dei corsi degli esami superati e verifica della non obsolescenza dei crediti precedentemente acquisiti. Possono essere riconosciuti solo quegli esami la cui data di superamento non sia superiore a 5 anni accademici dalla data di richiesta di riconoscimento.

Riconoscimento dei periodi di studio effettuati all'estero

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

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



5. Nella certificazione degli studi compiuti viene indicata anche l'attività svolta all'estero.
6. L'Università IULM può adottare, previ accordi a livello transnazionale con altre Università, curricula che concretizzino l'ipotesi di conseguimento di titoli di studio congiuntamente con altri Atenei italiani e stranieri.

Prova finale

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

Il laureando può scegliere tra la realizzazione di una dissertazione tradizionale oppure la produzione di un elaborato che dia dimensione scientifica allo stage, al workshop professionale o a un percorso progettuale. Nello sviluppo della prova il laureando è assistito da un docente che lo aiuta nella definizione del tema da svolgere, nell'impostazione e nelle ricerche bibliografiche e documentali, e che deve approvare l'elaborato.

L'elaborato, una volta approvato dal relatore, viene valutato secondo quanto previsto dal Nuovo Regolamento Didattico di Ateneo, dal **Regolamento per le modalità di discussione e attribuzione del titolo di laurea**, consultabile al link:

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

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

nonché dalle **Modalità di organizzazione e valutazione della Prova finale**, definite del Consiglio di Facoltà per ciascun anno accademico.

Il presente Regolamento didattico del Corso di Laurea in Moda e industrie creative è approvato dal Consiglio di Facoltà nella seduta del 16 maggio 2023