



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
<b>Nome del corso in italiano</b>	Televisione, cinema e new media ( <i>IdSua:1600328</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	Television, cinema and new media
<b>Classe</b>	LM-65 - Scienze dello spettacolo e produzione multimediale
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-magistrali/televisione-cinema-new-media/televisione-cinema-new-media">https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-magistrali/televisione-cinema-new-media/televisione-cinema-new-media</a>
<b>Tasse</b>	<a href="https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi">https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	VITTORINI Fabio
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio di Facoltà
<b>Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi</b>	Facoltà di COMUNICAZIONE

### Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BORSARI	Silvia		ID	1	
2.	CARBONE	Paola		PA	1	
3.	FARINOTTI	Luisella		PO	1	

4.	GIOVANNETTI	Paolo	PO	1
5.	GIPPONI	Elena	RD	1
6.	VITTORINI	Fabio	PO	1

<b>Rappresentanti Studenti</b>	VERRI GIORGIO rappresentanza.studentesca@iulm.it GALLAZZI GIACOMO rappresentanza.studentesca@iulm.it CRESPAN RICCARDO rappresentanza.studentesca@iulm.it
<b>Gruppo di gestione AQ</b>	MATTEO BITTANTI FILIPPO PENNACCHIO FABIO VITTORINI
<b>Tutor</b>	FABIO VITTORINI Luisella FARINOTTI Riccardo MANZOTTI



## Il Corso di Studio in breve

16/04/2024

Il CdS fornisce una preparazione teorica e pratica all'ideazione e alla realizzazione di racconti audiovisivi per il cinema (cortometraggi e lungometraggi), per la tv (serie, intrattenimento, sport, informazione ecc.) e per i new media (videoclip musicali, spot, trailer, videogame, installazioni ecc.), stimolandoli a sviluppare la creatività, le competenze tecnico-gestionali e la capacità di lavoro in team necessarie all'inserimento nei mercati internazionali di riferimento.

Il piano di studi si articola in:

I anno comune

Il anno che si sdoppia in 3 indirizzi:

- Cinema e nuove tecnologie
- Televisione e cross-media
- New media, musica e racconti digitali

La didattica del CdS garantisce agli studenti, attraverso insegnamenti e laboratori, una preparazione teorica e pratica lungo tutta la filiera della progettazione e della produzione audiovisiva, grazie alla collaborazione sistematica con professionisti del settore e alle continue attività di workshop, che hanno luogo negli spazi (teatro di posa, regia audio-video, sala di montaggio) e mediante le attrezzature (videocamere, fari, microfoni, mixer ecc.) di un Laboratorio Multimediale dedicato.

Gli studenti del CdS possono frequentare il II anno presso il Master of Arts in Film and Media Production della New York Film Academy (sede di Los Angeles), usufruendo di un accordo di dual degree.

Link: <https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-magistrali/televisione-cinema-new-media/televisione-cinema-new-media> ( 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)**

17/02/2017

Il 10 dicembre 2015 alle ore 16.30 presso l'Università IULM si è svolto un incontro tra il corpo docente del CdS, all'interno della facoltà di Comunicazione, media e pubblicità di cui il corso fa parte, e i rappresentanti delle principali organizzazioni rappresentative a livello nazionale della comunicazione imprenditoriale e della produzione multimediale, oltre che i rappresentanti di alcune imprese di rilievo internazionale.

Presenti, tra le organizzazioni: ASSOCOM Associazione Aziende di Comunicazione (presente un consigliere), ASSOREL Associazione Italiana Agenzie di Relazioni Pubbliche (presenti il Direttore Generale e il Vice Presidente), UPA Utenti Pubblicità Associati (presente il Responsabile Relazioni Esterne).

Presenti, tra le imprese: Doing Consulenze Digitali, Armando Testa Group.

Nei vari interventi è stata sottolineata l'importanza, in tutti i comparti della comunicazione imprenditoriale, dello storytelling creativo e transmediale, dunque dei nuovi media e delle piattaforme digitali, che richiedono la formazione specifica di nuove figure professionali: il social media manager, il produttore di contenuti audiovisivi specifici per il web e per i device mobili, il web analyst.

A seguito di questo incontro il Preside della Facoltà e il Coordinatore del CdS hanno consultato, in data 8 febbraio 2016 alle ore 10, i rappresentanti di aziende della comunicazione audiovisiva con i quali il CdS ha stabilito fin dalla sua fondazione nel 2002 partnership istituzionali e formative interne (corsi) o esterne (stage) costanti (tra le altre: Cinecittà Istituto Luce, Lumière & Co, Sky Arte, Sky Cinema, Endemol Italia, Mediaset, Showreel, Magnolia, Don't Movie, Festa del Cinema di Roma, Noir in Festival, Lumière & Co, Visionaria), discutendo l'orientamento del mercato nei settori del cinema e della televisione e l'offerta formativa da strutturare per crescere professionisti di cui il mercato stesso abbia bisogno e che sia capace di assorbire. Si è unanimemente lamentata la mancanza, nella filiera formativa della IULM, di un contenitore didattico dove sia possibile l'approfondimento teorico/tecnico esaustivo del mondo del web come contenitore e catalizzatore di nuove forme di linguaggio, di estetica, di creatività, di imprenditorialità.

Questa consultazione ha indotto il Coordinatore del CdS e il Preside di Facoltà, previa discussione in Consiglio di Facoltà, a proporre al Senato Accademico la ridefinizione del piano di studi del CdS, prevedendo, dopo un primo anno comune, un secondo anno con 3 indirizzi: ai due già attivati dal 2013 nelle aree del cinema e della televisione, rimasti pressoché inalterati, si è aggiunto il nuovo nell'area dei new media. In questo modo si completa l'esplicitazione e la differenziazione delle 3 anime (tv, cinema e new media) presenti nell'offerta formativa del CdS fin dalla sua fondazione, avviata nel 2013 con la suddivisione del secondo anno, in precedenza a indirizzo unico, nei primi due indirizzi su indicati.

Per ulteriori dettagli si vedano i verbali allegati.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbali



## QUADRO A1.b

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

23/05/2024

A partire dalla consultazione fondativa con i rappresentanti delle professioni di riferimento del CdS avvenuta l'8 febbraio 2016 (vedi Quadro A1.a), da cui è scaturita la decisione di ristrutturare l'offerta formativa del II anno del CdS in 3 indirizzi, il coordinatore del CdS, d'intesa con il Preside della Facoltà, proprio per testare la validità della recente ristrutturazione e in particolare il nuovo indirizzo nell'area dei new media, a partire dalla seconda metà del 2017 ha sistematizzato gli incontri con i professionisti, che sono stati concepiti come occasioni di confronto istituzionale tra professionisti, docenti e Gruppo AQ del CdS, ma anche come occasione di implementazione della didattica mediante il diretto coinvolgimento degli studenti.

Il 2 maggio 2018 l'incontro aperto agli studenti con lo sceneggiatore Paul Brown (<http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/news-e-eventi/notizie/paul+brown+masterclass>), prezioso quanto alla riflessione sulle questioni produttive della grande serialità televisiva, ha consentito di avviare un dialogo con la New York Film Academy, presso cui Brown insegna, che è poi sfociato nell'attivazione, a partire dal 2019, di un double degree tra il CdS e il Master of Arts in 'Film and Media Production' attivo presso la sede di Los Angeles di NYFA (<https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/af918763-5e77-4ba9-8eda-a02107afefd2/BANDO+DD+NYFA+2021.pdf?MOD=AJPERES>).

Un importante momento di confronto generale sul rapporto tra didattica e impresa è stato il 'Corporate Digital Learning Summit' (10 maggio 2018: <http://www.digital-learning-summit.it>) organizzato alla IULM da Altaformazione insieme a HRC (Human Resource Community) e ASFOR (Associazione Italiana per la Formazione Manageriale), durante il quale è stata rimarcata innumerevoli volte l'importanza strategica della conoscenza di tutte le risorse del digitale, sia a livello didattico che a livello professionale.

Il 28 gennaio 2019 alle ore 16:30 si è svolta una riunione di confronto tra i referenti dei vari CdS della Facoltà di Comunicazione e le principali associazioni professionali di riferimento dell'offerta formativa dei suddetti CdS (si segnalano in particolare: Enrico Bocedi, Direttore della Comunicazione Gruppo Campari; Alessandro Borchini, Direttore Marketing Piccolo Teatro di Milano; Mariolina Brovelli, Direttore Marketing Faber-Castell; Marco Carminati, Direttore Comunicazione Gruppo Banca Sella; Paolo Colombo, Gruppo Comunicazione Media e Spettacolo Assolombarda e Direzione generale Informazione Mediaset; Di Costanzo Francesco, Presidente PA Social; Corrado D'Elia, Associazione Culturale Teatri Possibili; Rita Palumbo, Segretario generale Ferpi; Marco Magli, Referente sezione Italiana European Association of Communication Directors, Luca Sossella, titolare Sossella Editore, Emanuela Talia, Teatro I, Aullo Chiesa, Direttore editoriale Biblion Edizioni, Giada Carlettini e Camilla Fabrizi, Associazione produttori Televisivi). Durante questa riunione è stata sottolineata l'importanza della conoscenza attiva dei media tradizionali, ancora centrali nella comunicazione d'impresa, oltre che dei new media, assai più vicini agli studenti. Perciò, tra le altre cose, il referente del CdS ha proposto e ottenuto l'attivazione, a partire dall'a.a. 2019-2020, di un Laboratorio di sceneggiatura al I anno del CdS.

Nel corso del 2019 sono stati incontrati e ascoltati i seguenti professionisti, che hanno fornito interessanti spunti di riflessione al gruppo AQ (i verbali dei incontri sono depositati presso la segreteria di Facoltà): Davide D'Addato (autore Endemol e specialista branded content tv & crossmedia) sulle pratiche di branded content tra tv e web (18 febbraio, 17.00-18.30); Marco Costa (direttore multichannel Mediaset) sul destino della multichannel tv (21 febbraio, 16.00-17.30); Maccio Capatonda (autore-attore tv, web e cinema) sul brand multi/cross media (25 febbraio, 16.30-18.00); Andrea Fornasiero (autore tv Rai4) sul mercato delle serie tv nello scenario americano tra network, cable tv e OTT e nello scenario europeo (4 marzo, 17.30-19; 7 marzo, 16-17.30); Roberto Ciprandi (responsabile marketing insight e strategico Sky Italia) sulle prospettive, i limiti e le sfide della pay tv (11 marzo, 16.30-18.00); Alessandro Grieco (ex direttore Comedy Central Italia e produttore Ruvido TV) sulla comedy nella tv italiana tra nuove tendenze ed emergenze dal web (14 marzo, 16.00-17.30); Antonio Visca (direttore Sky Atlantic) su serie tv e pay tv, tra scelta e acquisizioni, messa in palinsesto, promozione e comunicazione (18 marzo, 17.00-18.30); Oscar Colombo e Chiara Fortunato (consulenti/specialisti branded entertainment Zero stories) sul branded content (20 marzo, 12.00-13.30); Serena Ciani (Marketing Strategico Mediaset) sul ruolo del marketing strategico nella tv di oggi (20 marzo, 10.30-12); Emanuela Martini (direttore Torino Film Festival) sull'organizzazione dei festival di cinema, sulla necessità di connetterli al territorio e di far dialogare il cinema con la sperimentazione videoartistica, le installazioni, il cinema espanso, la narrazione perfunta, di comunicare e condividere in tempo reale il contenuto dei festival attraverso i social media (29 aprile, 10.30-13.30).

Da un incontro tra il coordinatore del CdS e Gabriele Cucinella, Co-Founder & CEO Italia e Spagna dell'agenzia di comunicazione We Are Social, avvenuto il 17 luglio 2019 presso l'Università IULM, è emersa l'utilità strategica di implementare la formazione nel campo della regia per formati brevi, con particolare attenzione agli spot pubblicitari e alle campagne di comunicazione sociale, anche al fine di potenziare la filiera formativa IULM tra il CdS e il propedeutico corso di laurea triennale in 'Comunicazione, media e pubblicità', dove sono presenti gli insegnamenti di Linguaggi della pubblicità e Laboratorio di creatività pubblicitaria.

Da un incontro tra il coordinatore del CdS e Giovanni Sibilla, capo redattore della testata giornalistica online di musica Rockol.it, direttore didattico del Master in Comunicazione Musicale presso ALMED (Università Cattolica di Milano) e autore del saggio 'Musica e media digitali' (Bompiani, 2008), avvenuto il 24 luglio 2019 presso l'Università IULM, è emersa l'utilità strategica di implementare la formazione nel campo della messa in video della musica, con particolare attenzione al genere del videoclip all'interno delle piattaforme di videosharing (YouTube, Vimeo, Dailymotion ecc.), anche al fine di potenziare la filiera formativa IULM tra il CdS e il propedeutico corso di laurea triennale in 'Comunicazione, media e pubblicità', dove sono presenti gli insegnamenti di Linguaggi musicali e Forme e pratiche della critica musicale.

Da un incontro tra il coordinatore del CdS e Lorenzo Campagnari (autore del programma XFactor), avvenuto il 21 novembre 2019 all'interno del Laboratorio di regia televisiva avanzata del CdS, è emersa l'utilità strategica di implementare la formazione nel campo della trasmissione live della musica.

In sintesi, nelle varie consultazioni e nei vari interventi del 2019 è stata espressa approvazione per l'offerta didattica complessiva e per il nuovo indirizzo del CdS nell'area dei new media, sottolineando l'imprescindibilità della componente digitale e social nella realizzazione e nella comunicazione di qualsiasi prodotto audiovisivo, e allo stesso tempo invitando il CdS a potenziare la formazione specifica di figure professionali come l'ideatore e il realizzatore di contenuti audiovisivi per il web, con particolare riferimento agli spot pubblicitari, ai videoclip musicali e alla trasmissione della musica live. Conseguentemente, su proposta del coordinatore del CdS, la Facoltà ha approvato l'aggiornamento del III indirizzo del II anno del CdS, ribattezzato 'New media, musica e racconti digitali' a partire dall'a.a. 2020-2021, introducendovi due nuovi insegnamenti: 'Laboratorio di regia per formati brevi' e 'Musica online: video e live'.

Dopo la pausa forzata nelle consultazioni imposta dalla pandemia da Covid-19, le consultazioni sono riprese nei primi mesi del 2021. Una conferma dell'utilità dell'attivazione dei nuovi insegnamenti indicati al paragrafo precedente è venuta da un incontro tenutosi in data 19 aprile 2021 tra il Prorettore alla Didattica e Professoressa di storia del teatro Valentina Garavaglia e Matteo Forte (amministratore delegato di Stage entertainment), Carlo Fontana (presidente AGIS) e Alessandro Borchini (direttore marketing Piccolo Teatro di Milano), durante il quale è emerso che, a seguito della situazione pandemica e, quindi, dell'analisi condotta da AGIS sulle prospettive per il rilancio dello spettacolo dal vivo, opportuno sarebbe avviare la formazione professionale di una figura specializzata nel 'live to digital', in grado di conciliare le esigenze delle dinamiche registiche proprie dello spettacolo dal vivo con la ripresa e diffusione dello stesso in formati digitali.

In data 28 aprile 2021 alle ore 16 su piattaforma Microsoft Teams, il coordinatore del CdS ha incontrato, insieme al coordinatore del propedeutico corso di laurea triennale in 'Comunicazione media e pubblicità', i seguenti esponenti del mondo delle professioni: Gabriele Cucinella e Stefano Maggi (Co-Founders dell'agenzia di comunicazione We Are Social), Paolo Cairoli (Founder e direttore dell'agenzia di comunicazione e testata giornalistica Skill&Music; ufficio stampa di Rai Cultura) e Marco Chiappa (Executive Producer di Banijay Group). Tutti hanno esaltato la multidisciplinarietà del CdS, auspicando: una migliore comunicazione del collegamento tra la formazione all'audiovisivo nel I anno e il mondo social del II anno indirizzo 'New media'; l'istituzione di un insegnamento o di un workshop permanente che illustri le figure professionali pertinenti ai 3 indirizzi del CdS; un approfondimento curricolare sull'inglese per i media. Tutte le sollecitazioni emerse saranno riferite alla Facoltà per valutare possibili implementazioni dell'offerta formativa del CdS. (VEDI ALLEGATO A)

In data 3 aprile 2023 alle ore 18.00 sulla piattaforma Teams il coordinatore del CdS, alla presenza della segreteria della Facoltà di Comunicazione, ha incontrato:

Chiara Lenzi (Addetto Comunicazione Artistica e Sviluppo Creativo per Lumière & Co; co-responsabile comunicazione e digital marketing per Anteo Spazio Cinema)

Emilia De Santis (Store Manager | HR Assistant | Marketing&Event Manager presso Notorious Cinemas)

Jacopo Santambrogio (Co-Founder, Director e New Business Development presso Don't Movie s.r.l.)

Francesca Tadini (Project Manager presso Freeda Media)

Il coordinatore del CdS ha iniziato l'incontro sottolineando l'importanza di confrontarsi con professionisti affermati nei vari comparti dell'industria dell'audiovisivo, laureati del CdS in annate diverse e con piani di studio diversi, al fine di verificare la tenuta e i cambiamenti del CdS negli anni e di accogliere suggerimenti di possibili integrazioni e/o cambiamenti dell'offerta formativa.

Prende la parola Chiara Lenzi e racconta che la sua formazione presso il CdS le è molto stata utile nei suoi 6 anni di lavoro e fa notare che la figura dell'esercente cinematografico è trattata negli insegnamenti del CdS "Economia del cinema" e "Laboratorio di organizzazione e gestione di festival e rassegne", ma andrebbe chiarita la posizione di questa figura nella filiera cinematografica, in particolare approfondendo, magari mediante un workshop mirato (ovvero un seminario di pochi incontri a carattere eminentemente pratico con un professionista del settore), come si costruisce la programmazione di una sala cinematografica, come si gestiscono i rapporti tra esercente e distributore e tra esercente e SIAE.

Prende la parola Emilia De Santis, che condivide appieno quanto affermato da Chiara Lenzi e ritiene che sia necessario approfondire il discorso sugli aspetti della distribuzione più che sulla produzione, (ad esempio la SIAE, il costo di noleggio di un film, la programmazione etc). Rileva la poca attenzione da parte dei giovani verso il cinema, in particolare quello fruito in sala. Segnala che è difficile organizzare progetti mirati con le scuole per avvicinare i bambini e gli adolescenti al mondo del cinema. Si complimenta con il CdS per l'attivazione dell'indirizzo di "New media, musica e racconti digitali", in particolare per l'attenzione che vi si presta all'ideazione e realizzazione di video di formato breve, necessari alla comunicazione social.

Prende la parola Jacopo Santambrogio, che si occupa di produzione video. Insieme ad altri laureati storici del CdS, ha costituito la società "Don't Movie" che si occupa di comunicazione per le imprese prevalentemente per il web. Ritiene che da quando si è laureato, nel 2008, il piano di studi del CdS sia stato adattato molto bene al mondo contemporaneo. Suggerisce di approfondire nel CdS, magari mediante un workshop mirato: 1) come funziona nella pratica un set, quali sono le figure professionali e le tecniche che in esso sono necessarie (le figure del set, l'importante dei sopralluoghi, il ruolo del producer etc); 2) come si budgettizza un'idea di corto/video/spot.

Prende la parola Francesca Tadini, che ritiene sia necessario dare una visione più chiara della tipologia di figure professionali che operano all'interno delle agenzie di comunicazione pubblicitaria. Sottolinea l'esigenza di dare una visione più concreta delle esigenze reali (obiettivi di un progetto, calcolo di un budget) e non soltanto della creatività implicata dalla comunicazione pubblicitaria. Suggerisce un approccio più tecnico alle piattaforme social (TPI, formati, performance). Il coordinatore del CdS ricorda che gli obblighi ministeriali circa il numero massimo degli insegnamenti e dei CFU erogabili in un corso di laurea magistrale consente di accogliere tutti i suggerimenti proposti dai partecipanti all'incontro non tanto istituendo nuovi insegnamenti, quanto organizzando un workshop mirati sui singoli argomenti (ovvero seminari di pochi incontri a carattere eminentemente pratico con professionisti del settore). (VEDI ALLEGATO B)

A giugno 2023, in tempo utile per la programmazione didattica dell' a.a. 2023-2024, il gruppo AQ, recepite le critiche e i suggerimenti dei rappresentanti delle professioni di riferimento, ha proposto al Consiglio di facoltà in cui si iscrive il CdS di rafforzare in alcuni insegnamenti strategici la componente riguardante la profilazione delle figure professionali tipiche dei vari comparti dell'industria audiovisiva. In particolare, nell'ambito dei social media, all'interno dell'insegnamento del II semestre del I anno (febbraio-maggio 2024) 'Social Media Platform: teorie e metodi di ricerca' sono stati previsti dei moduli di un professionista del settore, che a partire dall'a.a. 2024-25 assumerà la titolarità di metà dell'insegnamento, nel frattempo rinominato 'Social Media: teorie e professioni'.

Si rimandano ulteriori consultazioni dei rappresentanti del mondo delle professioni e l'eventuale conseguente ristrutturazione dell'offerta didattica all'autunno del 2024, quando il gruppo AQ dovrà predisporre il Riesame Ciclico del CdS e procedere a un eventuale cambio di ordinamento.

Link: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: VERBALI INCONTRI STAKEHOLDERS 28-04-2021 e 03-04-2023



## Regista cinematografico, televisivo e per il web

### funzione in un contesto di lavoro:

Progetta e realizza film, programmi per la tv e contenuti audiovisivi per il web

### competenze associate alla funzione:

Ha competenze teoriche e pratiche concernenti la costruzione di un racconto audiovisivo, la sua messa in immagini e la sua post-produzione, unite a capacità di lavoro in team e a un'approfondita conoscenza delle dinamiche produttive

### sbocchi occupazionali:

Regista per il cinema (analogico e digitale)

Regista per la tv

Regista per il web

## Soggettista e sceneggiatore per il cinema, autore per la tv e per il web

### funzione in un contesto di lavoro:

Si occupa dell'ideazione e della scrittura di soggetti e/o sceneggiature per il cinema. Si occupa dell'ideazione e della scrittura di programmi (serie, fiction, intrattenimento, sport, informazione ecc.) per la tv e per il web

### competenze associate alla funzione:

Ha competenze di tipo ideativo/creativo, orientate allo storytelling per il cinema, per la tv, per il web, unite a capacità di lavoro in team e a un'approfondita conoscenza delle dinamiche produttive.

### sbocchi occupazionali:

Sceneggiatore cinematografico

Autore televisivo

Autore di contenuti per il web

## Autore videoludico

### funzione in un contesto di lavoro:

Progetta videogames, relativamente alla loro dimensione 'narrativa'

### competenze associate alla funzione:

Sviluppatore di prodotti videoludici, di cui mette a fuoco in particolare la struttura

### sbocchi occupazionali:

Game designer

Level designer

Interactive designer

## Tecnico della produzione audiovisiva

### funzione in un contesto di lavoro:

E' un tecnico altamente qualificato che sa farsi carico di mansioni specifiche connesse alla produzione audiovisiva

### competenze associate alla funzione:

Le competenze riguardano per lo più l'utilizzazione di apparecchiature e software specialistici e la capacità di interazione con la funzione registica e le funzioni tecniche di pari livello

**sbocchi occupazionali:**

Segretario di produzione  
Segretario di redazione  
Assistente alla regia  
Direttore della fotografia  
Tecnico della ripresa sonora  
Addetto post-produzione visiva, sonora e grafica  
Addetto riprese esterne  
Esperto controllo camere tv  
Esperto riproduzione supporti registrati  
Montatore digitale  
Tecnico dell'animazione

**Project manager della comunicazione audiovisiva****funzione in un contesto di lavoro:**

E' responsabile dell'avvio, della pianificazione, dello svolgimento, del controllo e della chiusura di un progetto di realizzazione di uno o più prodotti audiovisivi

**competenze associate alla funzione:**

Alle competenze legate al business e all'economia del medium di riferimento (tv, cinema e web) unisce capacità di lavorare in team entro un progetto creativo si cui è consapevole

**sbocchi occupazionali:**

Marketing del prodotto audiovisivo per la tv  
Marketing del prodotto audiovisivo per il cinema  
Marketing del prodotto audiovisivo per il web

**Creatore di contenuti per il web****funzione in un contesto di lavoro:**

Si occupa dell'ideazione e della realizzazione di contenuti audiovisivi e interattivi per il web

**competenze associate alla funzione:**

E' capace di ideare e realizzare progetti comunicativi, testi e prodotti audiovisivi per il web

**sbocchi occupazionali:**

Web designer  
Copy per il Web  
New Media Content Creator

**Critico cinematografico, televisivo, musicale****funzione in un contesto di lavoro:**

Opera all'interno di redazioni editoriali (stampa, tv e web) occupandosi della presentazione critica di prodotti audiovisivi.

**competenze associate alla funzione:**

Segue la produzione nel campo di sua competenza; ne sa mettere a fuoco le principali caratteristiche, comunicandole in modo chiaro ed efficace al suo pubblico di riferimento.

**sbocchi occupazionali:**

Redattore (stampa, tv, web).

Autori per testate online e blog.  
Critico cinematografico.  
Critico televisivo.  
Critico musicale.

### Social media manager

#### **funzione in un contesto di lavoro:**

Si occupa della gestione strategica dei contenuti testuali e audiovisivi dei social media

#### **competenze associate alla funzione:**

Ha competenze nella realizzazione di prodotti testuali e audiovisivi specifici per i social media

#### **sbocchi occupazionali:**

Social media manager



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
2. Dialoghisti e parolieri - (2.5.4.1.2)
3. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
4. Sceneggiatori - (2.5.5.2.4)
5. Analisti e progettisti di applicazioni web - (2.1.1.4.3)
6. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
7. Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)
8. Creatori artistici a fini commerciali (esclusa la moda) - (2.5.5.1.4)
9. Direttori artistici - (2.5.5.2.3)
10. Registi - (2.5.5.2.1)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

02/05/2017

Può presentare domanda di ammissione al Corso di laurea magistrale qualsiasi studente che abbia già conseguito il diploma di laurea triennale in una delle seguenti classi ministeriali (o equipollenti) o titolo straniero equivalente:

L-1 Beni culturali

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

L-4 Disegno industriale

L-5 Filosofia  
L-8 Ingegneria dell'informazione  
L-10 Lettere  
L-11 Lingue e culture moderne  
L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale  
L-19 Scienze dell'educazione e della formazione  
L-20 Scienze della comunicazione  
L-24 Scienze e tecniche psicologiche  
L-31 Scienze e tecnologie informatiche  
L-33 Scienze economiche  
L-40 Sociologia  
L-42 Storia

Per gli studenti in possesso di un titolo di laurea diverso da quelli sopra indicati, il regolamento annuale di ammissione potrà indicare la necessità di avere maturato un adeguato numero di CFU in determinati settori scientifico disciplinari.

Per tutti gli studenti in possesso dei requisiti curriculari di cui sopra, è previsto un test di verifica della personale preparazione, le cui modalità sono definite nel regolamento annuale di ammissione.

Per l'accesso è anche richiesta la conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2, che sarà accertata nell'ambito della verifica della personale preparazione con modalità definite nel regolamento annuale di ammissione.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

16/04/2024

Il Corso di Laurea Magistrale in Televisione, cinema e new media è a numero programmato; per l'anno accademico 2024/2025 sono disponibili 100 posti.

Le modalità di ammissione sono specificate nel documento di riferimento pubblicato sul sito nella pagina di cui si fornisce di seguito il link.

Link: [https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/5240c7c3-dd63-40c3-8b2e-07830269414f/Modalit%C3%A0+ammissione+LM+TV+2024\\_2025.pdf?MOD=AJPERES](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/5240c7c3-dd63-40c3-8b2e-07830269414f/Modalit%C3%A0+ammissione+LM+TV+2024_2025.pdf?MOD=AJPERES) ( Regolamento di ammissione a.a. 2024/2025 )



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

17/02/2017

Il CdS mira a formare studenti dotati di una solida preparazione teorica e pratica nell'ideazione, nella progettazione e nella realizzazione di progetti comunicativi e prodotti audiovisivi per la televisione, il cinema e i new media.

La peculiarità del CdS nel panorama nazionale dei corsi attivati nella classe ministeriale di appartenenza (LM-65), la

maggior parte dei quali di impianto quasi esclusivamente teorico-critico, risiede nel fatto che il suo progetto formativo si declina in due tipi di insegnamenti equamente dosati:

(a) quelli a carattere teorico-critico, nella modalità della didattica frontale per la trasmissione di un sapere scientifico altamente specialistico,

(b) quelli a carattere pratico-laboratoriale, nella modalità dell'esercitazione in spazi e con strumenti dedicati per la trasmissione di un saper fare tecnologico altamente specializzato.

L'apprendimento trasversale degli strumenti essenziali per l'analisi dei mercati di riferimento (della televisione, del cinema e dei new media) mira a sviluppare negli studenti le conoscenze adeguate per orientarsi in modo attivo all'interno dei trend nazionali e internazionali dell'odierno mondo del lavoro.

Il PRIMO ANNO COMUNE è imperniato:

(a) in ambito teorico-critico, su insegnamenti che forniscono allo studente strumenti per una riflessione approfondita e articolata sulla sfera del visivo, sul rapporto visivo/sonoro e sugli immaginari della contemporaneità quanto al cinema, alla tv e ai new media;

(b) in ambito pratico-laboratoriale, su insegnamenti finalizzati a maturare competenze tecniche nel campo della ripresa visiva e sonora, della regia, del montaggio digitale, dell'illuminotecnica e della fotografia.

Il SECONDO ANNO si suddivide in TRE INDIRIZZI:

1) quello nell'area disciplinare del cinema in relazione alle nuove tecnologie, dove si approfondiscono: (a) la riflessione teorica e critica sul cinema contemporaneo, gli elementi strategici dell'economia del cinema, della sua diffusione e conservazione; (b) le tecniche di regia cinematografica e le tecniche del cinema digitale e dell'animazione;

2) quello nell'area disciplinare della televisione e delle sue ibridazioni crossmediali, dove si approfondiscono: (a) la riflessione teorica e critica sulla televisione e sulla crossmedialità, gli strumenti per l'ideazione e la progettazione di prodotti televisivi seriali, gli elementi strategici del marketing televisivo, (b) le tecniche della regia per la televisione via cavo e per la web tv, le tecniche dello streaming;

3) quello nell'area disciplinare dei new media e dell'arte digitale, dove si approfondiscono: (a) la riflessione teorica e storico-sociologica sugli immaginari digitali e social, la creatività applicata al digitale, gli elementi strategici dell'economia dell'arte digitale, (b) gli strumenti per la progettazione e la realizzazione di prodotti audiovisivi e/o interattivi per la rete e per l'universo del videogame.

La formazione viene completata attraverso un'attività obbligatoria di stage o workshop nell'area professionale circoscritta dall'indirizzo di riferimento, finalizzata a dare agli studenti del CdS la possibilità di mettere alla prova le loro competenze teoriche e tecniche, sottoponendole alla valutazione di un tutor aziendale .

 **QUADRO**  
A4.b.1  


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

<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	Acquisita una conoscenza generale dei processi di comunicazione nei corsi di laurea triennale di provenienza, gli studenti in uscita dal CdS dimostrano non solo	
--	--	--

conoscenze approfondite e specialistiche dei processi di comunicazione peculiari del cinema, della televisione, dei new media e delle loro reciproche connessioni (nel senso della rimediazione, dell'intermediazione, della crossmedialità), ma anche, secondo gli obiettivi illustrati nel quadro A4.a, capacità di comprensione sistemiche degli immaginari sociologici contemporanei alle spalle di quei processi, dei saperi narratologici specifici di ciascun medium o trasversali, delle tecniche di realizzazione di prodotti audiovisivi originali specifici per ciascun medium o crossmediali, e dei mercati globali di riferimento.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

La profondità delle conoscenze teoriche e pratiche raggiunta e il parallelo esercizio delle capacità di comprensione delle grammatiche e dei fenomeni culturali ed economici complessi del cinema, della televisione e dei new media, secondo gli obiettivi illustrati nel quadro A4.a, mettono in grado gli studenti in uscita dal PdS di elaborare idee critiche inedite sugli scenari mediali contemporanei e allo stesso tempo strategie e progetti audiovisivi avanzati, auspicabilmente in una dimensione di:

- 1) ricerca speculativa e/o creativa autonoma e innovativa,
- 2) interpretazione plausibile di temi e fenomeni nuovi o non familiari, che all'occorrenza chiamino in causa discipline e saperi molteplici e interconnessi (media studies, narratologia, sociologia, economia ecc.),
- 3) invenzione di forme e contenuti originali e collocabili con profitto nei mercati di riferimento.

▶ QUADRO  
A4.b.2

**Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio**

**SCENARI MEDIALI: TEORIE E TECNICHE DI BASE**

**Conoscenza e comprensione**

L'area di apprendimento, che sostanzialmente coincide con il primo anno del CdS, si fonda sulla conoscenza e sulla comprensione approfondita degli aspetti teorici e tecnici dei linguaggi mediali contemporanei, con particolare attenzione agli ambiti che verranno approfonditi nel secondo anno del CdS: il cinema nell'era del digitale, la televisione e le nuove tecnologie, le nuove forme di creatività richieste dalla rete. Tale conoscenza e comprensione viene conseguita sia attraverso insegnamenti classicamente accademici (teorico-storici), sia attraverso insegnamenti pratici (laboratori): in entrambi i casi sono previsti interventi e testimonianze di professionisti che mettano gli studenti in contatto con le nuove tendenze e le ricerche innovative emergenti nel panorama culturale, artistico ed economico dei media attuali.

Declinazione degli obiettivi.

Gli studenti acquisiscono conoscenza e comprensione adeguate nei seguenti campi:

- modelli dell'immaginario mediale contemporaneo,
- declinazioni del visivo (fotografia, cinema, televisione, videoarte, rete),
- rapporti fra visivo e sonoro nei media,
- scenari degli ecosistemi della televisione e dei social media,
- tecniche di regia, ripresa audio-video, fotografia e montaggio digitale.

## Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La capacità di applicazione delle conoscenze e di utilizzo degli strumenti viene stimolata attraverso un'offerta intensiva di opportunità operative (workshop interni ed esterni all'ateneo che consistono nella realizzazione di prodotti audiovisivi mirati).

Obiettivi specifici.

Gli studenti sono in grado di:

- utilizzare il corpus di conoscenze teoriche e storiche acquisite applicandole alla sfera della produzione audiovisiva;
- utilizzare autonomamente e con piena consapevolezza tecnica i più avanzati strumenti di registrazione ed elaborazione del suono e dell'immagine;
- utilizzare i più recenti software di montaggio;
- saper analizzare uno scenario mediale al fine di collocarvi efficacemente i propri progetti/prodotti audiovisivi.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CINEMA: VIDEOARTE E INSTALLAZIONI AUDIOVISIVE (*modulo di MEDIA STUDIES*) [url](#)

DIDATTICA DELL'AUDIOVISIVO [url](#)

DIGITAL STORYTELLING [url](#)

FOTOGRAFIA: TEORIA E TECNICHE (*modulo di MEDIA STUDIES*) [url](#)

GIORNALISMO NELL'ERA DIGITALE [url](#)

IMMAGINARI DELL'ERA DIGITALE [url](#)

LA FOTOGRAFIA CINEMATOGRAFICA [url](#)

LABORATORIO DI ILLUMINOTECNICA E DI RIPRESA CINETELEVISIVA [url](#)

LABORATORIO DI MONTAGGIO DIGITALE [url](#)

LABORATORIO DI RECITAZIONE E DIREZIONE DELL'ATTORE [url](#)

LABORATORIO DI REGIA [url](#)

LABORATORIO DI SCENEGGIATURA [url](#)

LABORATORIO DI SCENOGRAFIA E LOCATION MANAGEMENT [url](#)

LABORATORIO DI SUONO IN PRESA DIRETTA (*modulo di PAESAGGI SONORI NEI MEDIA*) [url](#)

MEDIA STUDIES [url](#)

MUSICA E IMMAGINE (*modulo di PAESAGGI SONORI NEI MEDIA*) [url](#)

PAESAGGI SONORI NEI MEDIA [url](#)

PHILOSOPHY OF MEDIA: THE HUMAN MIND AND TECHNOLOGICAL DEVICES [url](#)

PRODOTTI TV: ANALISI E SCENARI (*modulo di MEDIA STUDIES*) [url](#)

SOCIAL MEDIA: TEORIE E PROFESSIONI (*modulo di MEDIA STUDIES*) [url](#)

TEORIA E TECNICHE DEL RACCONTO [url](#)

## CINEMA E NUOVE TECNOLOGIE

### Conoscenza e comprensione

L'area di apprendimento, che sostanzialmente coincide con l'indirizzo del II anno del CdS nel campo del cinema e delle nuove tecnologie, si fonda sulla conoscenza e la comprensione approfondita degli aspetti teorici e tecnici del linguaggio cinematografico contemporaneo, con particolare attenzione alle nuove tecnologie del digitale. Tale conoscenza e comprensione viene conseguita sia attraverso insegnamenti classicamente accademici (teorico-storici), sia attraverso insegnamenti pratici (laboratori): in entrambi i casi sono previsti interventi e testimonianze di professionisti che mettano gli studenti in contatto con le nuove tendenze e le ricerche innovative emergenti nel panorama culturale, artistico ed economico del cinema attuale.

Declinazione degli obiettivi.

Gli studenti acquisiscono conoscenza e comprensione adeguate nei seguenti campi:

- forme e tecniche del racconto cinematografico,
- analisi filmologica e critica cinematografica,
- regia cinematografica avanzata,
- forme e tecniche del cinema d'animazione,
- elaborazione di effetti visivi,
- economia del cinema,
- gestione di archivi, mostre e musei del cinema

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

La capacità di applicazione delle conoscenze e di utilizzo degli strumenti nel campo del cinema in relazione alle nuove tecnologie viene stimolata attraverso un'offerta intensiva di opportunità operative (workshop interni ed esterni all'ateneo che consistono nella realizzazione di progetti e/o prodotti cinematografici mirati).

Obiettivi specifici.

Gli studenti sono in grado di:

- ideare racconti per il cinema,
- produrre e dirigere film,
- scrivere testi di critica cinematografica,
- progettare e realizzare film di animazione,
- elaborare effetti visivi digitali,
- gestire archivi, mostre e musei del cinema.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ARCHIVI, MOSTRE E MUSEI DEL CINEMA (*modulo di CINEMA ESPANSO E ELEMENTI DI BUSINESS*) [url](#)

CINEMA DIGITALE [url](#)

CINEMA ESPANSO E ELEMENTI DI BUSINESS [url](#)

ECONOMIA DEL CINEMA: STRATEGIE E STRUMENTI (*modulo di CINEMA ESPANSO E ELEMENTI DI BUSINESS*)

[url](#)

FILM STUDIES [url](#)

LABORATORIO AVANZATO DI REGIA CINEMATOGRAFICA [url](#)

## **TELEVISIONE E CROSS-MEDIA**

### **Conoscenza e comprensione**

L'area di apprendimento, che sostanzialmente coincide con l'indirizzo del II anno del CdS nel campo della televisione e delle sue ibridazioni cross-mediali, si fonda sulla conoscenza e sulla comprensione approfondita degli aspetti teorici e tecnici del linguaggio televisivo contemporaneo, con particolare attenzione al web, ai social media e ai linguaggi digitali. Tale conoscenza e comprensione viene conseguita sia attraverso insegnamenti classicamente accademici (teorico-storici), sia attraverso insegnamenti pratici (laboratori): in entrambi i casi sono previsti interventi e testimonianze di professionisti che mettano gli studenti in contatto con le nuove tendenze e le ricerche innovative emergenti nel panorama culturale, artistico ed economico della televisione attuale.

Declinazione degli obiettivi.

Gli studenti acquisiscono conoscenze adeguate nei seguenti campi:

- forme e tecniche del racconto televisivo,
- elementi di serialità televisiva e cross-mediale,
- regia televisiva (trasmissione via cavo e in streaming),

- rapporti fra televisione e social media,
- strategie di produzione televisiva e cross-mediale.

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

La capacità di applicazione delle conoscenze e di utilizzo degli strumenti nel campo della televisione cross-mediale viene stimolata attraverso un'offerta intensiva di opportunità operative (workshop interni ed esterni all'ateneo che consistono nella realizzazione di progetti e/o prodotti televisivi mirati).

Obiettivi specifici.

Gli studenti sono in grado di:

- ideare o adattare un format televisivo e cross-mediale,
- ideare e produrre una serie per la tv via cavo o per il web,
- curare la regia di un prodotto televisivo,
- occuparsi della programmazione strategica di un prodotto televisivo.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BUSINESS TELEVISIVO E CROSS-MEDIALE [url](#)

LABORATORIO AVANZATO DI REGIA TELEVISIVA [url](#)

LABORATORIO DI PRODUZIONE TELEVISIVA E SERIALE (*modulo di SERIALITA' CROSS-MEDIALE*) [url](#)

LABORATORIO DI STREAMING (*modulo di WEB TV*) [url](#)

MODELLI E GENERI DELLA SERIALITA' TELEVISIVA (*modulo di SERIALITA' CROSS-MEDIALE*) [url](#)

SERIALITA' CROSS-MEDIALE [url](#)

TV, SOCIAL MEDIA E WEB (*modulo di WEB TV*) [url](#)

WEB TV [url](#)

## **NEW MEDIA, MUSICA E RACCONTI DIGITALI**

### **Conoscenza e comprensione**

L'area di apprendimento, che sostanzialmente coincide con l'indirizzo del II anno del CdS nel campo dei new media, della musica in video e dei racconti digitali, si fonda sulla conoscenza e sulla comprensione approfondita degli aspetti teorici e tecnici dei formati audiovisivi brevi (spot, videoclip, trailer, teaser ecc.), del linguaggio narrativo interattivo specifico per le piattaforme digitali (siti, videogame ecc.). Tale conoscenza e comprensione viene conseguita sia attraverso insegnamenti classicamente accademici (teorico-storici), sia attraverso insegnamenti pratici (laboratori): in entrambi i casi sono previsti interventi e testimonianze di professionisti che mettano gli studenti in contatto con le nuove tendenze e le ricerche innovative emergenti nel panorama culturale, artistico ed economico dei new media.

Declinazione degli obiettivi.

Gli studenti acquisiscono conoscenze adeguate nei seguenti campi:

- forme e tecniche del racconto audiovisivo breve
- forme e tecniche della messa in video della musica
- forme e tecniche del racconto videoludico,
- tecniche del design interattivo,
- linguaggi creativi per la rete,
- analisi dei fenomeni della rete,
- diritto ed economia dei social media.

## Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La capacità di applicazione delle conoscenze e di utilizzo degli strumenti nel campo dei new media viene stimolata attraverso un'offerta intensiva di opportunità operative (workshop interni ed esterni all'ateneo che consistono nella realizzazione di progetti e/o prodotti specifici per i new media).

Obiettivi specifici.

Gli studenti sono in grado di:

- ideare e realizzare un racconto audiovisivo breve (spot, trailer, teaser ecc.),
- ideare e realizzare un videoclip musicale,
- ideare e progettare un videogame,
- realizzare un racconto interattivo digitale,
- analizzare i fenomeni della rete e dei social media
- realizzare progetti e/o prodotti creativi per la rete,
- ideare e gestire strategie di e-business

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CONTENUTI AUDIOVISIVI PER I SOCIAL MEDIA [url](#)

COPYRIGHT E PERFORMANCE DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI [url](#)

LABORATORIO DI REGIA PER FORMATI BREVI (*modulo di VIDEO, MUSICA E ARTE DIGITALE*) [url](#)

LABORATORIO DI VIDEOARTE ESPANSA: SPAZI, SCENARI, SUONI (*modulo di VIDEO, MUSICA E ARTE DIGITALE*) [url](#)

RACCONTI DIGITALI [url](#)

VIDEO, MUSICA E ARTE DIGITALE [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio  
Abilità comunicative  
Capacità di apprendimento

### Autonomia di giudizio

Autonomia di giudizio (Making judgements)

Contenuti generali.

I laureati del CdS devono acquisire la capacità di formulare giudizi autonomi tenendo conto dell'elevata complessità dei linguaggi mediali di riferimento (televisione, cinema e new media) e delle responsabilità sociali ed etiche collegate all'applicazione delle loro conoscenze e delle loro valutazioni. A tale obiettivo, sia nel campo del cinema in relazione alle nuove tecnologie, sia in quello della televisione in ambito cross-mediale, sia in quello dei new media e della creatività digitale, concorrono tutti gli insegnamenti di ordine teorico-critico e gli insegnamenti laboratoriali del CdS, con il coinvolgimento attivo di operatori del settore, chiamati a mettere a fuoco le problematiche legate all'esercizio concreto del sapere e alla deontologia professionale. La relazione docente-studente, la lezione frontale, le attività di laboratorio, lo studio e l'esercizio

autonomo saranno gli strumenti per il conseguimento della detta autonomia di giudizio.

Obiettivi specifici.

I laureati del CdS, grazie alle conoscenze acquisite mediante gli insegnamenti teorici e pratici e grazie agli stage o workshop svolti durante il percorso formativo, sono in grado di:

- assumere la responsabilità e rispondere del proprio operato durante la pratica professionale in conformità agli obiettivi comunicativi stabiliti;
- elaborare una sensibilità critica rispetto alla funzione pubblica della propria professione;
- cogliere i principali nodi dell'evoluzione culturale e tecnologica per riuscire a intuirne gli sviluppi futuri;
- adeguare la propria professionalità al mutamento del mercato del lavoro.

Il raggiungimento della detta autonomia di giudizio viene verificato in sede di esame durante il biennio del CdS e durante la stesura e la discussione della prova finale.

#### **Abilità comunicative**

Abilità comunicative (Communication skills)

Contenuti generali.

Le esercitazioni che gli studenti sono tenuti a svolgere nell'ambito degli insegnamenti e dei laboratori del CdS prevedono la presentazione di relazioni e di prodotti multimediali (film, spot pubblicitari, format televisivi, serie tv, prodotti videoludici, prodotti audiovisivi per la rete, progetti di rassegne o mostre cinematografiche, piani di business cinematografico, televisivo e/o crossmediale ecc.) che devono servire come verifica della capacità di comunicare in modo chiaro e sintetico i risultati della propria ricerca e della propria creatività, anche a interlocutori non specialisti. All'acquisizione delle suddette abilità concorrono tutti gli insegnamenti di ordine teorico-critico afferenti ad alcuni settori scientifico-disciplinari caratterizzanti e affini e gli insegnamenti laboratoriali, con il coinvolgimento attivo di operatori del settore, chiamati a valutare la capacità degli studenti del CdS di comunicare i loro progetti e/o prodotti in ambito professionale. La relazione docente-studente, la lezione frontale, le attività di laboratorio, lo studio e l'esercizio autonomo, le stesse prove d'esame saranno gli strumenti per il conseguimento delle detta abilità comunicative.

Obiettivi specifici.

I laureati del CdS, grazie alle conoscenze acquisite mediante gli insegnamenti teorici e pratici e grazie agli stage o workshop svolti durante il percorso formativo, sono in grado di

- utilizzare strategie di comunicazione appropriate con i propri colleghi di lavoro, in forma sia orale sia scritta;
- concepire la propria attività innanzi tutto come un lavoro collettivo, entro il quale ogni competenza sia adeguatamente condivisa e valorizzata;
- comunicare in modo corretto ed efficace compiti specifici a operatori sottoposti, la cui attività si sia chiamati a coordinare o dirigere;

	<p>- insegnare contenuti qualificanti del proprio lavoro all'interno di momenti di stage;</p> <p>- relazionarsi con i committenti nel modo più ricettivo possibile, interpretandone operativamente le intenzioni e finalità.</p> <p>Il raggiungimento delle dette abilità comunicative viene verificato in sede di esame durante il biennio del CdS e durante la discussione della prova finale.</p>	
<p><b>Capacità di apprendimento</b></p>	<p>Capacità di apprendere (Learning skills)</p> <p>Contenuti generali.</p> <p>I laureati del CdS devono sviluppare capacità di apprendimento autonome circa la complessità dei linguaggi mediali di riferimento (televisione, cinema e new media) e dei mercati di riferimento. A tale obiettivo, sia nel campo del cinema in relazione alle nuove tecnologie, sia in quello della televisione in ambito cross-mediale, sia nell'ambito dei new media e della creatività digitale, concorrono in particolare gli insegnamenti di ordine teorico-critico afferenti a settori scientifico-disciplinari caratterizzanti e affini. Il momento di verifica per eccellenza è quello della redazione e poi della discussione della tesi di laurea, durante il quale vengono messe alla prova la capacità di studio e di ricerca autonoma degli studenti del CdS, oltre che la loro capacità di applicare le conoscenze apprese in modo critico e personale, anche in vista di progetti di ricerca futuri.</p> <p>Obiettivi specifici.</p> <p>I laureati del CdS, grazie alle conoscenze acquisite mediante gli insegnamenti teorici e pratici e grazie agli stage o workshop svolti durante il percorso formativo, sono in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- studiare in modo autonomo utilizzando una metodologia efficace e pertinente;</li> <li>- svolgere ricerche scientificamente ortodosse secondo protocolli adeguati, che in particolare distinguano con chiarezza tra: a. procedure di natura eminentemente compilativa; b. procedure di indagine 'pura', intese all'acquisizione di contenuti innovativi;</li> <li>- autovalutare le proprie competenze e delineare i propri bisogni di sviluppo e apprendimento rispetto alla professione;</li> <li>- cercare le informazioni necessarie per risolvere problemi o incertezze della pratica professionale, selezionando criticamente gli strumenti adeguati.</li> </ul>	

per i diversi media in linea con i tempi rapidi dell'evoluzione degli stessi media e con le tecnologie audiovisive su cui si basano, tali attività sono progettate per coniugare formazione teorica (sapere) e formazione pratica (saper fare), in modo che, in uscita dal CdS, lo studente sia in grado di:

- a) applicare concretamente il suo sapere traducendolo nelle pratiche richieste dall'ambito professionale prescelto, mettendo alla prova il suo sapere e implementando in itinere le sue capacità pratiche che da esso discendono;
- b) riflettere grazie al suo sapere sulle pratiche richieste dall'ambito professionale prescelto, formando una visione critica delle stesse pratiche e implementando in itinere il sapere da cui esse discendono.

Tra le attività affini e integrative previste nel piano degli studi del CdS si annoverano: laboratori tecnici (ad esempio: montaggio, direzione della fotografia, ripresa sonora ecc.), che garantiscono allo studente una preparazione per la realizzazione concreta di prodotti audiovisivi autonomi; insegnamenti nell'ambito dell'economia e del marketing dei diversi comparti mediali (tv, cinema e new media), che garantiscono allo studente una conoscenza degli scenari reali entro cui produrre e distribuire il racconto audiovisivo e delle strategie di produzione più adeguate alle sue specificità, mettendolo in grado di produrre/distribuire racconti audiovisivi suoi o altrui.

Le attività affini e integrative garantiscono infine allo studente una formazione multi ed interdisciplinare in quanto si muovono in un orizzonte che comprende la storia e le logiche dei media tradizionali (cinema e tv), così come quelle dei nuovi media (rete, social ecc.).



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

20/02/2017

La prova finale, cui nel piano di studi del CdS vengono attribuiti 12 CFU, consiste nella redazione e nella discussione di una tesi di laurea sotto la guida di un relatore.

La tesi deve avere i caratteri tipici di una dissertazione scientifica, in cui lo studente dimostri di saper applicare in modo originale le conoscenze teorico-critiche apprese nel percorso formativo e di possedere una metodologia di ricerca autonoma e rigorosa (analisi delle fonti, uso della letteratura critica, conoscenza dei linguaggi tecnici), in modo da elaborare un approccio problematico e approfondito a uno dei temi affrontati nel CdS o a un tema inedito e innovativo. La tesi di laurea, vista come ideale completamento del percorso formativo sull'universo mediale, può eventualmente essere integrata da immagini, filmati o altre appendici ipertestuali e/o multimediali che documentino, accanto alle conoscenze scientifiche, anche le competenze tecnico-professionali e creative acquisite dallo studente.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

16/04/2024

La prova finale consiste nell'esposizione orale della tesi di laurea redatta dallo studente davanti a una Commissione di docenti del CdS, due dei quali, il relatore (che seguito la redazione passo passo) e il controrelatore (che ha letto il lavoro già redatto), sono chiamati a condurre la discussione.

Dati contenuti formativi del CdS, l'esposizione della tesi di laurea potrà eventualmente essere integrata dalla presentazione di immagini, filmati o altre appendici ipertestuali e/o multimediali che documentino, accanto alle conoscenze

scientifiche, anche le competenze tecnico-professionali e creative acquisite dallo studente.

La Commissione che giudica la prova finale e decide il conferimento del titolo di studio è nominata dal Preside della Facoltà di cui il CdS fa parte.

La Commissione esprime una valutazione qualitativa sintetica in merito alla prova finale (insufficiente, sufficiente, discreto, buono, ottimo, eccellente), che tenga conto sia della valutazione della tesi espressa dal relatore e dal controrelatore, sia della discussione della tesi sostenuta dallo studente. Tale valutazione dà diritto all'acquisizione dei 12 CFU previsti. In caso di valutazione negativa, lo studente è tenuto a ripetere la prova finale.

Il voto di laurea magistrale viene espresso collegialmente dalla Commissione in centodecimi, tenendo conto, oltre che della valutazione della prova finale, anche del curriculum degli studi (CFU e voti acquisiti sostenendo gli esami relativi alle attività formative curriculari ed extra-curriculari, anni di corso, eventuali stage non obbligatori, periodi di studio all'estero nell'ambito dei programmi europei).

Link: [https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/011f6ce7-a661-4530-9677-fb4c180ff154/PROVA+FINALE\\_facolta+comunicazione\\_magistrali\\_2023\\_24.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18\\_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-011f6ce7-a661-4530-9677-fb4c180ff154-oMA60Bw](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/011f6ce7-a661-4530-9677-fb4c180ff154/PROVA+FINALE_facolta+comunicazione_magistrali_2023_24.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-011f6ce7-a661-4530-9677-fb4c180ff154-oMA60Bw) ( 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/fd1e3f87-4581-4a95-92c3-e0c756881099/TCNM\\_Regolamento+didattico\\_2024\\_25\\_DEF.All.6.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18\\_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-fd1e3f87-4581-4a95-92c3-e0c756881099-oYVKTXb](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fd1e3f87-4581-4a95-92c3-e0c756881099/TCNM_Regolamento+didattico_2024_25_DEF.All.6.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-fd1e3f87-4581-4a95-92c3-e0c756881099-oYVKTXb)

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

[http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easycourse&\\_lang=it&empty\\_box=0&col\\_cells=0](http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easycourse&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0)

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

[http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easytest&\\_lang=it&empty\\_box=0&col\\_cells=0](http://aule.iulm.it/Orario/index.php?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](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/03	Anno di	CINEMA: VIDEOARTE E INSTALLAZIONI AUDIOVISIVE	FRAMMARTINO MICHELANGELO		6	48	<a href="#">CV</a>

		corso 1	( <i>modulo di MEDIA STUDIES</i> ) <a href="#">link</a>					
2.	L-ART/06	Anno di corso 1	DIDATTICA DELL'AUDIOVISIVO <a href="#">link</a>	GIANNERI GIROLAMO <a href="#">CV</a>		6	48	
3.	L-LIN/10	Anno di corso 1	DIGITAL STORYTELLING <a href="#">link</a>	CARBONE PAOLA <a href="#">CV</a>	PA	6	48	
4.	L-LIN/10	Anno di corso 1	DIGITAL STORYTELLING <a href="#">link</a>	PENNACCHIO FILIPPO <a href="#">CV</a>	RD	6	8	
5.	L-ART/06	Anno di corso 1	FOTOGRAFIA: TEORIA E TECNICHE ( <i>modulo di MEDIA STUDIES</i> ) <a href="#">link</a>	FREGNI LINDA YASMINE <a href="#">CV</a>		6	48	
6.	SPS/08	Anno di corso 1	GIORNALISMO NELL'ERA DIGITALE <a href="#">link</a>	ZANICHELLI MARTA LUCIA <a href="#">CV</a>		6	36	
7.	SPS/08	Anno di corso 1	GIORNALISMO NELL'ERA DIGITALE <a href="#">link</a>	MANCA DANIELE <a href="#">CV</a>		6	12	
8.	M-FIL/01	Anno di corso 1	IMMAGINARI DELL'ERA DIGITALE <a href="#">link</a>	CANOVA GIAN BATTISTA <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
9.	L-ART/06	Anno di corso 1	LA FOTOGRAFIA CINEMATOGRAFICA <a href="#">link</a>			6		
10.	ING- INF/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ILLUMINOTECNICA E DI RIPRESA CINETELEVISIVA <a href="#">link</a>	ZANINELLI PAOLO <a href="#">CV</a>		6	16	
11.	ING- INF/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ILLUMINOTECNICA E DI RIPRESA CINETELEVISIVA <a href="#">link</a>	SCHIAVON MASSIMO <a href="#">CV</a>		6	51	
12.	ING- INF/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ILLUMINOTECNICA E DI RIPRESA CINETELEVISIVA <a href="#">link</a>	BROCCHETTA ENRICO MARIA <a href="#">CV</a>		6	27	

13.	ING-INF/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MONTAGGIO DIGITALE <a href="#">link</a>	CENTOLA FABRIZIA ANNA <a href="#">CV</a>		12	24
14.	ING-INF/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MONTAGGIO DIGITALE <a href="#">link</a>	TORRE DANILO SALVATORE <a href="#">CV</a>		12	58
15.	ING-INF/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MONTAGGIO DIGITALE <a href="#">link</a>	CIPELLETTI CLAUDIO <a href="#">CV</a>		12	66
16.	ING-INF/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MONTAGGIO DIGITALE <a href="#">link</a>	CASSANI DIEGO <a href="#">CV</a>		12	12
17.	L-ART/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI RECITAZIONE E DIREZIONE DELL'ATTORE <a href="#">link</a>	BIGONI BRUNO <a href="#">CV</a>		6	36
18.	L-ART/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI RECITAZIONE E DIREZIONE DELL'ATTORE <a href="#">link</a>	FUOCO ESTER <a href="#">CV</a>	RD	6	16
19.	L-ART/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI RECITAZIONE E DIREZIONE DELL'ATTORE <a href="#">link</a>	GARAVAGLIA VALENTINA <a href="#">CV</a>	PO	6	12
20.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI REGIA <a href="#">link</a>	NICHETTI MAURIZIO <a href="#">CV</a>		9	72
21.	L-FIL-LET/14	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SCENEGGIATURA <a href="#">link</a>	COTRONEO IVAN <a href="#">CV</a>		6	48
22.	L-ART/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SCENOGRAFIA E LOCATION MANAGEMENT <a href="#">link</a>	BRAMBILLA CHIARA FRANCESCA <a href="#">CV</a>		6	24
23.	L-ART/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SCENOGRAFIA E LOCATION MANAGEMENT <a href="#">link</a>	FTEITA LEILA MARIA <a href="#">CV</a>		6	24
24.	FIS/01	Anno di	LABORATORIO DI SUONO IN PRESA DIRETTA ( <i>modulo di</i>	CHIAPPA EMANUELE GUALTIERO <a href="#">CV</a>		6	104

		corso 1	PAESAGGI SONORI NEI MEDIA) <a href="#">link</a>					
25.	L-ART/06 L-ART/03	Anno di corso 1	MEDIA STUDIES <a href="#">link</a>				24	
26.	L-FIL- LET/14	Anno di corso 1	MUSICA E IMMAGINE ( <i>modulo di PAESAGGI SONORI NEI MEDIA</i> ) <a href="#">link</a>	VITTORINI FABIO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
27.	L-FIL- LET/14 FIS/01	Anno di corso 1	PAESAGGI SONORI NEI MEDIA <a href="#">link</a>				12	
28.	M-FIL/01	Anno di corso 1	PHILOSOPHY OF MEDIA: THE HUMAN MIND AND TECHNOLOGICAL DEVICES <a href="#">link</a>	MANZOTTI RICCARDO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
29.	L-ART/03	Anno di corso 1	PRODOTTI TV: ANALISI E SCENARI ( <i>modulo di MEDIA STUDIES</i> ) <a href="#">link</a>	GRIGNAFFINI GIORGIO <a href="#">CV</a>		6	48	
30.	L-ART/03	Anno di corso 1	SOCIAL MEDIA: TEORIE E PROFESSIONI ( <i>modulo di MEDIA STUDIES</i> ) <a href="#">link</a>	SEVERINO ANTONIO		6	24	
31.	L-ART/03	Anno di corso 1	SOCIAL MEDIA: TEORIE E PROFESSIONI ( <i>modulo di MEDIA STUDIES</i> ) <a href="#">link</a>	MICONI ANDREA <a href="#">CV</a>	PA	6	24	
32.	L-FIL- LET/11	Anno di corso 1	TEORIA E TECNICHE DEL RACCONTO <a href="#">link</a>	PENNACCHIO FILIPPO <a href="#">CV</a>	RD	6	40	
33.	L-FIL- LET/11	Anno di corso 1	TEORIA E TECNICHE DEL RACCONTO <a href="#">link</a>	GIOVANNETTI PAOLO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
34.	SECS- P/07	Anno di corso 2	ARCHIVI, MOSTRE E MUSEI DEL CINEMA ( <i>modulo di CINEMA ESPANSO E ELEMENTI DI BUSINESS</i> ) <a href="#">link</a>				6	
35.	SECS- P/07	Anno di corso 2	BUSINESS TELEVISIVO E CROSS-MEDIALE <a href="#">link</a>				6	

36.	INF/01	Anno di corso 2	CINEMA DIGITALE <a href="#">link</a>	9
37.	SECS-P/08 SECS-P/07	Anno di corso 2	CINEMA ESPANSO E ELEMENTI DI BUSINESS <a href="#">link</a>	12
38.	SPS/08	Anno di corso 2	CONTENUTI AUDIOVISIVI PER I SOCIAL MEDIA <a href="#">link</a>	9
39.	IUS/10	Anno di corso 2	COPYRIGHT E PERFORMANCE DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI <a href="#">link</a>	6
40.	SECS-P/08	Anno di corso 2	ECONOMIA DEL CINEMA: STRATEGIE E STRUMENTI ( <i>modulo di CINEMA ESPANSO E ELEMENTI DI BUSINESS</i> ) <a href="#">link</a>	6
41.	L-ART/06	Anno di corso 2	FILM STUDIES <a href="#">link</a>	9
42.	L-ART/06	Anno di corso 2	LABORATORIO AVANZATO DI REGIA CINEMATOGRAFICA <a href="#">link</a>	6
43.	L-ART/06	Anno di corso 2	LABORATORIO AVANZATO DI REGIA TELEVISIVA <a href="#">link</a>	6
44.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PRODUZIONE TELEVISIVA E SERIALE ( <i>modulo di SERIALITA' CROSS-MEDIALE</i> ) <a href="#">link</a>	6
45.	L-ART/06	Anno di corso 2	LABORATORIO DI REGIA PER FORMATI BREVI ( <i>modulo di VIDEO, MUSICA E ARTE DIGITALE</i> ) <a href="#">link</a>	6
46.	INF/01	Anno di corso 2	LABORATORIO DI STREAMING ( <i>modulo di WEB TV</i> ) <a href="#">link</a>	6
47.	L-FIL-LET/14	Anno di	LABORATORIO DI VIDEOARTE ESPANSA: SPAZI, SCENARI,	6

		corso 2	SUONI ( <i>modulo di VIDEO, MUSICA E ARTE DIGITALE</i> ) <a href="#">link</a>		
48.	L-ART/06	Anno di corso 2	MODELLI E GENERI DELLA SERIALITA' TELEVISIVA ( <i>modulo di SERIALITA' CROSS- MEDIALE</i> ) <a href="#">link</a>	6	
49.	PROFIN_S	Anno di corso 2	PROVA FINALE <a href="#">link</a>	12	
50.	ICAR/13	Anno di corso 2	RACCONTI DIGITALI <a href="#">link</a>	9	
51.	L-ART/06 L-FIL- LET/11	Anno di corso 2	SERIALITA' CROSS-MEDIALE <a href="#">link</a>	12	
52.	NN	Anno di corso 2	STAGE/WORKSHOP PROFESSIONALE <a href="#">link</a>	3	
53.	PROFIN_S	Anno di corso 2	TESI DI LAUREA MAGISTRALE ( <i>modulo di PROVA FINALE</i> ) <a href="#">link</a>	12	
54.	SPS/08	Anno di corso 2	TV, SOCIAL MEDIA E WEB ( <i>modulo di WEB TV</i> ) <a href="#">link</a>	6	
55.	L-ART/06 L-FIL- LET/14	Anno di corso 2	VIDEO, MUSICA E ARTE DIGITALE <a href="#">link</a>	12	
56.	SPS/08 INF/01	Anno di corso 2	WEB TV <a href="#">link</a>	12	



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/it/vivere-in-iulm/campus/aule-e-laboratori>

▶ QUADRO B4

Sale Studio

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture>

▶ QUADRO B4

Biblioteche

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Risorse-e-servizi/Biblioteca>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5

Orientamento in ingresso

16/04/2024

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni#orientamento-futuri-studenti>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

16/04/2024

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)

16/04/2024

• 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 extracurricolari, 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

**i**

*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 regola, 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	Germania	Friedrich Alexander Universität Erlangen-Nürnberg (FAU)		19/11/2013	solo italiano
2	Germania	Rheinische Friedrich Wilhelms-Universität Bonn		13/12/2022	solo italiano
3	Spagna	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA - UFV		03/03/2023	solo italiano
4	Spagna	Universidad San Pablo CEU		27/01/2015	solo italiano
5	Stati Uniti	New York Film Academy		13/11/2018	doppio



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

- 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. 16/04/2024
- 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

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.

16/04/2024

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

25/07/2024

Pdf inserito: [visualizza](#)

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



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Soddisfazione per il corso di studio concluso



▶ QUADRO C1 | **Dati di ingresso, di percorso e di uscita**

30/07/2024

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati e informazioni, a.a. 2023/24

▶ QUADRO C2 | **Efficacia Esterna**

01/07/2024

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Condizione occupazionale

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

16/04/2024

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Valutazione dello stagista, a.a. 2023/24

