



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Nome del corso in italiano	Comunicazione, media e pubblicità (<i>IdSua:1592326</i>)
Nome del corso in inglese	Communication, media and advertising
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/comunicazione-media-pubblicita/comunicazione-media-pubblicita
Tasse	https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	CARDINI Daniela
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di COMUNICAZIONE

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BAGNASCO	Anna Maria		RU	1	
2.	BERNI	Sandro Ivan		ID	1	
3.	BITTANTI	Matteo		PA	1	

4.	BUSTREO	Massimo	ID	1
5.	CANOVA	Gian Battista	PO	1
6.	CARDINI	Daniela	PA	1
7.	CHIURATO	Andrea	PA	1
8.	CORNARA	Guido	ID	1
9.	FORMIGONI	Guido	PO	1
10.	GARAVAGLIA	Valentina	PO	1
11.	LOCATI	Stefano	RD	1
12.	LOMBARDI VALLAURI	Stefano	PA	1
13.	MICONI	Andrea	PA	1
14.	MINGARDI	Alberto	PA	1
15.	PRETI	Davide	ID	1
16.	RISI	Elisabetta	RD	1
17.	SCURATI	Antonio	PA	1
18.	TAVANO BLESSI	Giorgio	RD	1

Rappresentanti Studenti

INFURNA ANDREA rappresentanza.studentesca@iulm.it
 CAPRIOLI LUDOVICO rappresentanza.studentesca@iulm.it
 ANCILLOTTI ALESSANDRO
rappresentanza.studentesca@iulm.it

Gruppo di gestione AQ

DANIELA CARDINI
 ANDREA CHIURATO
 AURORA TERRAZZAN

Tutor

STEFANO MARIA CASELLA
 GUIDO FORMIGONI
 VALENTINA GARAVAGLIA
 PAOLO GIOVANNETTI
 STEFANO LOMBARDI VALLAURI
 ANDREA MICONI
 Daniela CARDINI
 Andrea CHIURATO
 Vanessa GEMMO
 Riccardo MANZOTTI
 Matteo BITTANTI
 Stefano LOCATI
 Antonio SCURATI



Il percorso formativo del Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità si pone l'obiettivo principale di affiancare alla dimensione teorica del 'sapere' la dimensione pratica del 'saper fare': un'approfondita preparazione teorica nelle aree disciplinari di riferimento è completata e integrata da attività laboratoriali, che consentono allo studente di sperimentare concretamente ciò che apprende sul piano teorico-critico.

Il corpo docente è composto da accademici di chiara fama e da affermati professionisti nei campi di competenza presidiati dal CdS.

Gli iscritti al Corso di Studi sono guidati a conoscere e approfondire le specificità linguistiche, produttive e culturali dei media tradizionali e digitali, analizzandone i contenuti e i processi creativi, in una sinergia fra teoria e prassi mirata ad avviare alle principali professioni della comunicazione, fornire gli strumenti per comprendere il contesto culturale e sociale in cui operano i media e la pubblicità, elaborare e condividere strategie creative e produttive, costruire reti di conoscenza, far circolare progetti e idee.

Lo studio del cinema, del teatro, della musica, della letteratura, della televisione, della radio e della pubblicità, insieme alle forme e ai linguaggi digitali della comunicazione contemporanea, ai contesti storici, estetici, giuridici, linguistici e semiotici di riferimento, viene inserito nelle coordinate socio-economiche della contemporaneità. La conoscenza delle strutture e delle specificità dei linguaggi mediali e delle dinamiche creative e produttive che li accompagnano, unita all'approfondita preparazione nella lingua inglese e una preparazione intermedia in una seconda lingua straniera, consentono al laureato di sviluppare una sicura capacità di analisi dei contesti comunicativi globali contemporanei.

Attento alle esigenze in costante evoluzione di un mercato del lavoro ricco di sfide e opportunità, il Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità si configura come un percorso formativo dinamico e flessibile, orgoglioso della propria tradizione ormai più che collaudata ma, al tempo stesso, aperto e disponibile ad esplorare sempre nuove strade, nella convinzione che la comunicazione (nelle molteplici forme nelle quali si declina) rappresenti una delle più rilevanti e stimolanti chiavi di accesso alla complessità del mondo contemporaneo globalizzato.

Link: <https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/comunicazione-media-pubblicita/comunicazione-media-pubblicita> (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)

15/02/2022

Il Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità è parte integrante e costitutiva dell'identità dell'Università IULM e rappresenta uno dei pilastri su cui si è sviluppata nel corso degli anni l'offerta formativa dell'Ateneo.

Nell'a.a. 1998/99 venne istituito il Corso di laurea (ante riforma) in Scienze della comunicazione; dall'a.a. 2001/2002 venne attivato il Corso di laurea triennale in Scienze e tecnologie della comunicazione; nell'a.a. 2008/2009 la denominazione venne modificata nell'attuale "Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità".

Fin dalla sua nascita, il progetto formativo del CdS è strettamente legato all'osservazione costante dell'evoluzione del mondo delle imprese mediali e delle industrie creative. La consultazione regolare con i rappresentanti delle organizzazioni professionali facenti capo ai comparti produttivi legati ai media e alla pubblicità costituisce un carattere sostanziale per il CdS, la cui tradizionale vocazione è mettere in contatto gli studenti con il mondo delle professioni per formare figure sempre aggiornate e flessibili, in grado di adeguarsi alla rapida evoluzione dei mercati delle industrie creative e dei media. Attraverso uno scambio continuo con il mondo aziendale, mediante incontri sia a livello di CdS che di Ateneo, workshop, giornate di studio, testimonianze di professionisti nei singoli corsi, attivazione di partnership e relazioni con le Aziende (stage, job day, job seminar), l'offerta formativa del Corso di Laurea viene costantemente arricchita, con l'obiettivo di costruire un percorso formativo al tempo stesso rigoroso e flessibile, in grado di facilitare l'ingresso dei laureati nel mondo del lavoro.

Allo scopo adeguare il progetto formativo alle più recenti e complesse esigenze del mondo del lavoro, nei giorni 23 e 24 giugno 2021 si sono tenuti due incontri con alcuni rappresentanti del mondo delle professioni. Alla presenza del Preside della Facoltà di Comunicazione, della Coordinatrice del CdS e del rappresentante del Gruppo AQ, si sono riuniti in modalità telematica (a causa dell'emergenza pandemica) diversi esponenti di spicco delle associazioni di categoria e di aziende del comparto della comunicazione mediale e delle industrie creative, tra cui Assolombarda (Gruppo comunicazione), Mediaset (Divisione palinsesti), Publitalia (concessionaria pubblicità Mediaset), Promoest (agenzia internazionale organizzazione di eventi), Twinstudio (agenzia creativa per il lusso), PDR Web (agenzia di marketing digitale), ADSGlen (agenzia di comunicazione integrata).

In maniera trasversale ai diversi ambiti professionali di competenza, gli stakeholders hanno formulato indicazioni omogenee sulla necessità di ampliare la componente laboratoriale e operativa degli insegnamenti, ad esempio nella direzione di un incremento dei contenuti digital e social e di un aggiornamento costante delle tecniche della creatività pubblicitaria nelle sue diverse declinazioni mediali. In particolare, è emersa la necessità di incrementare le abilità di lavoro in team, di sviluppare project work trasversali fra le diverse discipline e di consolidare l'offerta di insegnamenti orientati all'internazionalità.

La richiesta unanime di incrementare la flessibilità dei saperi e delle pratiche, la capacità di adattamento ad un mondo del lavoro in costante evoluzione, la condivisione di conoscenze e competenze, la sollecitazione dello spirito critico unito a solide basi teoriche, ha indotto la Coordinatrice del CdS e il Preside di Facoltà, previa discussione in Consiglio di Facoltà, a proporre al Senato Accademico un aggiornamento dell'ordinamento e del piano di studi del CdS.

A supporto ulteriore di tale necessità, si aggiunge anche la testimonianza costante della nutrita rappresentanza di professionisti invitati dai docenti dei singoli corsi a tenere lezioni e a fornire testimonianze dirette del loro operato. La scelta di coinvolgere con costanza la componente professionale nelle lezioni, da sempre prerogativa del CdS, si conferma strumento utile per stringere o mantenere legami continuativi e relazioni proficue con il mondo del lavoro e per individuare le soluzioni migliori per adattare a quest'ultimo l'offerta formativa.

Infine, la ridefinizione e l'aggiornamento dell'offerta formativa si avvalgono anche del contributo degli studi di settore (ad es. Il Libro Bianco delle professioni pubblicato annualmente da ALMED-Università Cattolica), che vengono consultati periodicamente per seguire e monitorare l'evoluzione del comparto professionale di riferimento in cui si inserisce il progetto formativo del CdS in Comunicazione, media e pubblicità.

09/06/2023

La consultazione regolare con i rappresentanti a livello locale del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni della comunicazione, dei media e della pubblicità assume un carattere sostanziale per l'Università IULM, che da sempre intrattiene intense relazioni con il tessuto socio-economico locale, nazionale ed internazionale. Ne sono testimonianza concreta le attività svolte da vari uffici e in particolare dall'Ufficio Career Service e Rapporti con le imprese, che intrattiene relazioni costanti di scambio con il mondo del lavoro, con l'obiettivo di accogliere suggerimenti volti ad aggiornare regolarmente i percorsi formativi, per facilitare l'ingresso degli studenti nel mondo del lavoro.

All'interno del costante processo di monitoraggio dell'offerta formativa del CdS in Comunicazione, media e pubblicità, è prassi ormai consolidata coinvolgere con regolarità i rappresentanti delle principali professioni e imprese legate agli ambiti di competenza del CdS, invitandoli a testimoniare la loro esperienza con l'obiettivo di alimentare e consolidare la relazione virtuosa fra il CdS e il mondo delle professioni.

Si segnalano in particolare due modalità di consultazione col mondo del lavoro: il 'job seminar' e il 'job day'.

- Il job seminar consiste nel coinvolgimento diretto di professionisti nell'ambito di lezioni universitarie, a supporto e integrazione delle tematiche trattate dai docenti nello svolgimento del programma didattico. Le testimonianze, concordate con i singoli docenti, riguardano abitualmente casi concreti e/o aspetti specifici relativi alle professionalità coinvolte nei diversi settori aziendali. Questo solido modello di collaborazione rappresenta un ponte tra la formazione universitaria e la realtà professionale, offrendo allo studente la possibilità di integrare i concetti teorici con l'esperienza diretta e lo scambio interpersonale, e rappresenta il modo più efficace per conoscere da vicino il contesto organizzativo di imprese di rilevante interesse nazionale ed internazionale.

- I job days sono presentazioni di realtà aziendali che prevedono la possibilità di reclutare e selezionare i profili richiesti direttamente in Ateneo. Le presentazioni hanno l'obiettivo di promuovere la cultura aziendale, presentare la struttura organizzativa e illustrare agli studenti le eventuali opportunità di inserimento professionale. L'azienda entra così in contatto diretto con gli studenti e i laureati e può individuare in tempo reale le risorse con competenze rispondenti ai bisogni di recruiting. Durante lo svolgimento di queste giornate, hanno luogo processi di recruiting completi (colloqui, assessment, test psicoattitudinali, ecc.), in base alle esigenze delle singole aziende. Inutile sottolineare la rilevanza di tale opportunità per gli studenti.

A queste iniziative consolidate ormai da tempo, si aggiunge di anno in anno un nutrito calendario di interventi diretti di professionisti e aziende nei corsi erogati dal CdS.

Nell'a.a. 2022-23 si sono svolti numerosi incontri con professionisti di vari ambiti pertinenti al percorso formativo del CdS, a testimonianza della stretta relazione di fiducia e di scambio costante con il mondo delle imprese e delle professioni, tra cui si segnalano:

Francesco Pileggi, regista cinematografico; Stefano Bianucci, Programming Manager, Sky Cinema; Simone Maino, AD Sales Marketing Coordinator, Discovery Media Italia; Massimo Cottura, Realize Networks; Andrea Giulia Caramore, autrice TV, Bloom Productions, Milano; Elia Stabellini, autore TV, Banijay Italia; Anna Robotti, caporedattrice TV, Banijay Italia; Chiara Lenzi, Addetto Comunicazione Artistica e Sviluppo Creativo, Spazio Cinema Anteo; Mattia Sebastiano Giorgetti,

regista teatrale; Loretta Martines, Vocal coach; Alessandro Serena, produttore, regista, fondatore di Open Circus; Manuel Masi, Social media manager Discovery Italia; Lucia Savi, curatrice mostre di moda; Marina Spadafora, stilista di moda; Davide Puentes, giornalista, vicedirettore Open; Federica Ceraolo, ufficio stampa; Carlo Rodomonti Responsabile Marketing strategico e digital, Raicinema; Francesco Costa, giornalista, Vicedirettore 'Il Post'; Sabrina Tinelli, Head of editorial content, Chora Media; Beatrice Moia, Marketing Communication manager, Wanted Cinema; Manuel Masi, Social media marketing manager, Warner Bros.-Discovery; Francesca Ceraolo, Senioro Publicist, The Apartment Media.

Anche l'attività convegnistica e le iniziative trasversali alle Facoltà e ai CdS si sono susseguite nel corso dell'anno.

Si segnalano tra l'altro:

- Il ciclo di incontri IULM Flow: IULM Flow è un progetto internazionale articolato in talk, masterclass e Summer school interamente online e in lingua inglese, che ha l'obiettivo di far conoscere l'offerta formativa e la vision dell'Università IULM a un pubblico internazionale.

- Noir in Festival: 3-8 dicembre 2022 si è svolta in collaborazione con IULM la 31° edizione del Noir in Festival, manifestazione dedicata al genere mystery in tutte le sue forme: cinema, letteratura, televisione, new media.

- UmanIA 2023: è in programma per ottobre 2023 la quinta edizione di questo importante appuntamento a livello nazionale sulle applicazioni dell'Intelligenza Artificiale nel Marketing e nella Comunicazione, IULM AI Lab (laboratorio sull'Intelligenza Artificiale dell'Università IULM)

- Webinar 'Dall'arte digitale al Metaverso': 30 marzo 2023, con Serena Tabacchi, direttrice e co-fondatrice della MoCDA

- Convegno: 'Il produttore cinematografico fra scena e retroscena, ribalta e fuoricampo', 15-16 maggio 2023

La Referente del CdS, insieme ai componenti del gruppo AQ, in collaborazione con il Corpo Docente del CdS, intraprende un'attività costante di sollecitazione, sistematizzazione e monitoraggio degli incontri con i professionisti del mondo della comunicazione, dei media e della pubblicità.

Tutti gli incontri sono concepiti sia come occasioni di confronto istituzionale tra professionisti, docenti e Gruppo AQ del CdS, sia come opportunità di implementazione della didattica, offrendo agli studenti una preziosa possibilità di contatto e scambio reale con il mondo delle professioni e dell'impresa.

In sintesi:

Nel corso dell'anno accademico, i numerosi professionisti che hanno preso parte alle lezioni, ai job seminar, ai job day e agli incontri con gli stakeholders hanno manifestato uno spiccato interesse nei confronti del CdS e del suo percorso formativo, sottolineando l'importanza della comunicazione in tutte le sue forme, sia sul versante culturale che su quello pubblicitario, audiovisivo, artistico, delle industrie creative e dei media digitali e tradizionali.

La modifica dell'ordinamento didattico, con il conseguente aggiornamento del piano degli studi e la nuova profilatura delle professioni in uscita, è stata attuata e si è conclusa nel febbraio 2022, rispettando le scadenze ministeriali, e ha ridisegnato il progetto formativo, come richiesto dal mondo dell'impresa ampiamente consultato nel periodo precedente. Sono stati ridefiniti i profili professionali e sono stati messi a punto nuovi percorsi formativi, i cui contenuti sono stati individuati grazie al confronto vivace e concreto con il mondo delle professioni.

PROFESSIONISTI NELL'ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE RADIOTELEVISIVA, CINEMATOGRAFICA, TEATRALE

funzione in un contesto di lavoro:

Collaborazione all'ideazione, alla progettazione e alla realizzazione operativa di contenuti narrativi destinati ai media tradizionali e digitali (radio, teatro, televisione, cinema, piattaforme).

competenze associate alla funzione:

Conoscenza approfondita dei linguaggi e delle dinamiche produttive dei media tradizionali e digitali. Capacità creative. Flessibilità, proattività. Capacità di lavoro in team

sbocchi occupazionali:

I ruoli possibili sono, ad esempio: assistente di redazione e di produzione radiofonica, televisiva, cinematografica; segretario di produzione; segretario di redazione

PROFESSIONISTI NELLA GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI CULTURALI E SPETTACOLI DAL VIVO

funzione in un contesto di lavoro:

Collaborazione alla progettazione e all'organizzazione di eventi dal vivo legati al mondo dei media, della cultura e dello spettacolo (concerti, spettacoli teatrali, presentazione di prodotti mediali, manifestazioni pubbliche legate all'ambito dei media)

competenze associate alla funzione:

Capacità organizzativa; flessibilità; produttività; problem solving; conoscenza approfondita delle dinamiche e logiche creative e produttive dei media tradizionali e digitali. Capacità di lavoro in team.

sbocchi occupazionali:

Collaboratore all'organizzazione di eventi culturali e di spettacoli dal vivo per il teatro, il cinema, la televisione, la radio, la musica dal vivo; ufficio stampa per la televisione, il cinema, la radio, il teatro, la musica, le piattaforme e le istituzioni pubbliche; meeting planner.

PROFESSIONISTI NELLA GESTIONE E CREAZIONE DI CONTENUTI PER I MEDIA DIGITALI, LA PUBBLICITÀ E LE INDUSTRIE CREATIVE

funzione in un contesto di lavoro:

Ideazione e redazione di testi informativi e pubblicitari per beni e/o servizi da diffondere a mezzo stampa, radio, televisione, social media, web e altri mezzi di comunicazione tradizionale e digitale.³

competenze associate alla funzione:

Competenze di tipo ideativo/creativo, orientate allo sviluppo di contenuti informativi e tecnici specifici per i media tradizionali (cinema, televisione, radio, stampa), i social media e i media digitali. Capacità di lavorare in team; conoscenza approfondita della creatività e del linguaggio pubblicitario tradizionale e digitale; competenza sulle dinamiche produttive e sulle strategie comunicative delle industrie creative e mediali.

sbocchi occupazionali:

I ruoli possibili sono, ad esempio: ideatore e redattore di testi pubblicitari per i media digitali; social and digital manager per le industrie creative e i media tradizionali e digitali; junior account; junior producer pubblicitario; tecnico pubblicitario.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
2. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
3. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

09/02/2022

Per accedere al Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità sono richieste le competenze acquisite con il diploma di scuola secondaria superiore. Malgrado non siano necessarie conoscenze specifiche, sono richieste un'adeguata capacità espressiva, sia scritta che verbale, ed una discreta conoscenza della lingua inglese e degli strumenti informatici di base.

Tali conoscenze saranno verificate mediante un test obbligatorio di verifica della preparazione, le cui modalità operative sono esplicitate nel regolamento didattico del Corso di studi.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

05/05/2023

Per potersi iscrivere è necessario il diploma di maturità o un altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto dall'Ateneo. Sono richieste buone conoscenze linguistiche, un'adeguata capacità espressiva scritta e orale, e una discreta conoscenza della lingua inglese.

I test sono aperti ai candidati in possesso di un diploma di Scuola Secondaria Superiore e agli studenti frequentanti il quarto e quinto anno di Scuola Secondaria Superiore.

Per l'ammissione al Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità il test è selettivo e prevede l'accesso tramite una graduatoria definita sulla base del merito scolastico e dell'esito del test. In particolare, la posizione nella graduatoria è determinata (solo per i candidati già in possesso di diploma o frequentanti la quinta superiore):

- per il 50% dall'esito del test;
- per il 40% dal curriculum scolastico (media dei voti di terza e quarta superiore);
- per il 10% dal livello di conoscenza della lingua inglese

Link: <https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fa7b94d6-dc99-4a99-b205->



14/02/2022

Il Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità, nella classe delle lauree in Scienze della comunicazione, si pone l'obiettivo di formare giovani laureati con un'approfondita preparazione nel campo della comunicazione mediale, sia tradizionale che digitale, con particolare attenzione allo sviluppo di competenze creative e produttive.

Il progetto formativo, solido e allo stesso tempo flessibile, aderisce alla complessità e al dinamismo del mercato contemporaneo dei media e dello spettacolo.

Gli studenti vengono sollecitati a sviluppare e nutrire le proprie capacità creative attraverso lo studio approfondito dei linguaggi dei media tradizionali e digitali (televisione, cinema, stampa, pubblicità, radio, teatro, piattaforme, digital e social media), e ad una ricca e diversificata pratica laboratoriale, attenta alla costante evoluzione del mercato e delle professioni. Quest'ultima è prevista non solo nella proposta di insegnamenti opzionali, ma anche nell'offerta di corsi vincolati, e coinvolge nella docenza noti professionisti della comunicazione mediale e pubblicitaria.

"Sapere" e "saper fare" costituiscono i due poli attorno ai quali si articola un percorso didattico volto a formare e consolidare lo spirito critico, l'apertura mentale e l'intelligenza creativa, che permetterà al laureato di sviluppare un bagaglio di competenze capaci di consentirgli sia l'inserimento attivo in contesti professionali, sia la prosecuzione degli studi in percorsi di laurea magistrale.

Descrizione del percorso formativo:

Nel corso dei tre anni, vengono fornite allo studente le conoscenze di base dei linguaggi del cinema, del teatro, della radio, della pubblicità e della comunicazione digitale, insieme ad una solida conoscenza delle metodologie di analisi del linguaggio mediale di derivazione narratologica e semiotica, ed alla prospettiva sociologica dello studio dei media.

Viene approfondito lo studio del cinema da una prospettiva storica, estetica e di marketing, e viene affrontato lo studio del linguaggio televisivo, sia nella dimensione storica, sia in quella analitica di pubblico e generi. La preparazione teorica viene consolidata attraverso lo studio della storia contemporanea e della comunicazione politica.

Lo studio approfondito del linguaggio giornalistico va a completare le competenze degli studenti sullo scenario dei media tradizionali e digitali, mettendoli alla prova anche dal punto di vista laboratoriale; le conoscenze di base vengono irrobustite dallo studio dell'economia dei media e dall'acquisizione di competenze pratiche di metodologia della ricerca sociale. Lo studio delle letterature comparate permette loro di affinare e approfondire l'acquisizione di una solida metodologia analitica dei testi mediali.

Lo studente aggiunge al proprio piano di studi degli insegnamenti opzionali, scelti tra l'ampia proposta di laboratori professionalizzanti, corsi teorici capaci di stimolare lo spirito critico e creativo, insegnamenti volti ad approfondire le pratiche e le competenze richieste da alcune delle principali professioni emergenti nel campo dei media e della comunicazione. Negli insegnamenti laboratoriali, allo studente è richiesto di sviluppare la propria capacità di lavoro in team mediante la realizzazione di progetti di gruppo e project work.

Nel corso delle tre annualità, lo studente acquisisce una crescente padronanza della lingua inglese, il cui insegnamento viene erogato in ciascuno dei tre anni. Il livello di preparazione finale è comparabile al B2 del CEFR. A partire dal secondo anno, lo studente inserirà nel proprio piano di studi lo studio di una ulteriore lingua straniera, a scelta tra francese, tedesco, russo, cinese, spagnolo.

Per rispondere alle esigenze di un mercato del lavoro in costante evoluzione e in linea con la necessità di una formazione accademica di ampio respiro, una quota degli insegnamenti opzionali è erogata in lingua inglese.

<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p>	<p>Il corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità fornisce ai suoi laureati le competenze necessarie per comprendere, analizzare e interpretare i linguaggi dei media contemporanei, tradizionali e digitali, delle industrie creative e dello spettacolo dal vivo. Le competenze teoriche di base permettono di individuare il contesto storico, economico, politico, istituzionale, culturale e sociale entro il quale si inserisce ed opera la comunicazione mediale in tutte le sue forme espressive. Lo studio dei linguaggi specifici del teatro, della stampa, del cinema, della radio, della televisione, della pubblicità, della musica, delle forme digitali della comunicazione mediale (social and digital media), si unisce alla conoscenza approfondita delle pratiche di analisi dei contenuti mediali dal punto di vista della psicologia sociale, della metodologia della ricerca sociale, e dell'analisi del testo, avvalendosi degli strumenti analitici e critici delle discipline semiotiche, letterarie e narratologiche applicate allo studio dei testi mediali.</p> <p>Lo studente acquisisce gli strumenti teorici, critici e analitici necessari per sviluppare una lettura approfondita del sistema dei media - tradizionali e digitali - inserito nella società contemporanea, e sviluppa le capacità analitiche, critiche e creative che lo mettono in grado di operare attivamente sia nell'interpretazione, sia nella creazione originale di contenuti comunicativi efficaci, permettendogli di agire professionalmente nell'ambito delle industrie creative, sia sotto l'aspetto strategico di supporto alle aziende mediali, sia sotto l'aspetto creativo di ideazione di contenuti per la pubblicità e per i media tradizionali e digitali.</p> <p>Le competenze linguistiche acquisite durante il corso, sia in lingua inglese durante il triennio, sia in una annualità di una lingua straniera a scelta, permettono di operare con sicurezza nel mercato dei media contemporanei.</p>	
<p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p>	<p>Il laureato in Comunicazione, media e pubblicità acquisisce capacità applicare conoscenza e comprensione nel campo dell'interpretazione e gestione dei linguaggi dei media tradizionali e digitali. Tali conoscenze vengono applicate alla progettazione di contenuti originali per i media e la pubblicità, alla gestione dei processi e degli obiettivi comunicativi delle industrie creative e dello spettacolo, all'applicazione delle tecniche di ricerca e analisi dei contenuti mediali.</p> <p>Lo studente acquisisce e applica conoscenze nell'ambito del cinema, del teatro, della radio, della televisione, della musica, della stampa e dell'editoria, della pubblicità e della comunicazione web e social media; sviluppa contenuti per le attività di comunicazione delle industrie creative; redige ed elabora comunicati stampa, idea campagne di comunicazione, analizza con sicurezza testi audiovisivi, crea contenuti per i canali social delle industrie mediali, gestisce i contenuti dei principali social media.</p> <p>Tali capacità vengono sviluppate grazie alla preparazione sia teorica che pratica,</p>	

garantita dai numerosi corsi sotto forma di laboratori e con modalità didattiche basate sulla partecipazione attiva dello studente alla realizzazione di prodotti creativi per i media.

Per ciascuna attività, l'esame finale permette di valutare l'acquisizione dei contenuti. Lavori di ricerca e di progettazione, sia individuali sia di gruppo, realizzati all'interno di attività seminariali o laboratoriali previste dai singoli insegnamenti, costituiscono parte integrante della valutazione d'esame e della prova finale.

▶ QUADRO A4.b.2

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

SCENARI E CONTESTI DELLA COMUNICAZIONE

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti raggruppati in quest'area forniscono allo studente le competenze necessarie per:

Conoscere e comprendere le coordinate sociali e culturali in cui si inseriscono e si sviluppano i media tradizionali e digitali;

Conoscere e comprendere il contesto storico contemporaneo in cui si collocano gli sviluppi e l'evoluzione del sistema dei media;

Conoscere e comprendere gli elementi di base dell'economia dei media.

Conoscere e comprendere gli scenari istituzionali e politici della contemporaneità e le relative dinamiche comunicative.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'applicazione delle conoscenze raggruppate in quest'area disciplinare permette allo studente di acquisire conoscenze teoriche e sviluppare capacità analitiche e interpretative che consentono di inserire i fenomeni legati al mondo dei media in un'ampia e solida cornice storica, sociologica ed economica connessa alla contemporaneità, fornendo imprescindibili chiavi di lettura del presente anche attraverso lo studio approfondito delle dinamiche comunicative in ambito istituzionale e politico.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI MEDIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI MEDIA [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

LINGUAGGI DEI MEDIA TRADIZIONALI, DIGITALI E DELLA PUBBLICITA'

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti raggruppati in quest'area forniscono allo studente le competenze necessarie per: comprendere e interpretare i linguaggi specifici dei media tradizionali e digitali e della pubblicità; conoscere e comprendere i percorsi creativi legati alla produzione di contenuti comunicativi originali destinati ai media; conoscere e comprendere le dinamiche complesse di sviluppo delle industrie creative e dello spettacolo, ponendole in

relazione alle esigenze dei propri pubblici di riferimento e ai propri obiettivi comunicativi e di profitto economico.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'applicazione delle conoscenze sviluppate in quest'area si basa sullo sviluppo di capacità creative e critiche che consentano di comprendere e interpretare i processi di comunicazione dei media, i contenuti comunicativi tipici di ciascuno di essi e di comprenderne a fondo le dinamiche creative.

Gli insegnamenti centrati sull'analisi dei singoli media ne approfondiscono le radici storiche, sociali e culturali, mettendone in luce le dinamiche creative e comunicative.

Gli insegnamenti laboratoriali forniscono allo studente la possibilità di mettere alla prova le competenze acquisite, tramite la realizzazione di progetti individuali e di gruppo, esercitazioni, analisi di caso, con l'obiettivo di tradurre in concreta applicazione la strumentazione acquisita.

Lo studente acquisisce e applica conoscenze nell'ambito del cinema, del teatro, della radio, della televisione, della musica, della stampa e dell'editoria, della pubblicità e della comunicazione web e social media; sviluppa contenuti per le attività di comunicazione delle industrie creative; redige ed elabora comunicati stampa; idea campagne di comunicazione; analizza con sicurezza testi audiovisivi; crea contenuti per i profili e i canali social delle industrie medial; gestisce i contenuti dei principali social media.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEI PROGRAMMI TELEVISIVI (*modulo di LINGUAGGI DELLA TV*) [url](#)

ANALISI DEI PUBBLICI E DEGLI ASCOLTI TELEVISIVI (*modulo di LINGUAGGI DELLA TV*) [url](#)

COMUNICAZIONE DIGITALE (*modulo di LINGUAGGI DEL WEB*) [url](#)

COMUNICAZIONE DIGITALE (*modulo di LINGUAGGI DEL WEB*) [url](#)

COMUNICAZIONE RADIOFONICA (*modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE*) [url](#)

COMUNICAZIONE RADIOFONICA (*modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE*) [url](#)

ESTETICA DEL CINEMA (*modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA*) [url](#)

GLI IMMAGINARI DELL'INTERMEDIALITA' (*modulo di LETTERATURA E MEDIA*) [url](#)

LABORATORIO DI CREATIVITA' PUBBLICITARIA [url](#)

LABORATORIO DI MUSICA PER I MEDIA [url](#)

LABORATORIO DI WEB DESIGN (*modulo di LINGUAGGI DEL WEB*) [url](#)

LABORATORIO DI WEB DESIGN (*modulo di LINGUAGGI DEL WEB*) [url](#)

LE PRATICHE DELL'ADATTAMENTO (*modulo di LETTERATURA E MEDIA*) [url](#)

LINGUAGGI DEL CINEMA [url](#)

LINGUAGGI DEL CINEMA [url](#)

LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' [url](#)

LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' [url](#)

LINGUAGGI DELLA TV [url](#)

MARKETING DEL CINEMA (*modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA*) [url](#)

NARRAZIONI DELL'ERA DIGITALE (*modulo di LETTERATURA E MEDIA*) [url](#)

RACCONTARE LA CRONACA NEL WEB (*modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO*) [url](#)

REPORTAGE TELEVISIVO (*modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO*) [url](#)

STORIA DEL CINEMA (*modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA*) [url](#)

STORIA E CULTURE DEL CINEMA [url](#)

STORIA E MODELLI DELLA TV (*modulo di LINGUAGGI DELLA TV*) [url](#)

TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (*modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE*) [url](#)

TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (*modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE*) [url](#)

TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO (*modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO*) [url](#)

TECNICHE E METODOLOGIE DI ANALISI DELLA COMUNICAZIONE MEDIALE E PUBBLICITARIA

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti raggruppati in quest'area consentono agli studenti di acquisire le competenze necessarie per:
Conoscere e comprendere le principali metodologie di ricerca qualitative e quantitative, riferite all'ambito dei media e della pubblicità sia in termini di analisi dei contenuti, sia in termini di analisi dei pubblici di riferimento;
Conoscere e comprendere le dinamiche psicologiche alla base dei consumi mediali, attraverso specifiche modalità di ricerca applicata ai media tradizionali e digitali e alla pubblicità;
Conoscere e comprendere gli strumenti teorici e le tecniche dell'analisi testuale, narratologica e semiotica dei contenuti dei media e della pubblicità.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'applicazione delle conoscenze sviluppate in quest'area si basa sullo sviluppo di capacità analitiche e metodologiche che permettono di individuare e interpretare i fenomeni qualitativi e quantitativi legati al consumo dei media da parte di pubblici diversi, e di analizzare correttamente i contenuti dei singoli media e della comunicazione pubblicitaria, per comprenderne a fondo le dinamiche creative.

Gli insegnamenti centrati sulle metodologie della ricerca sociale e psicologica forniscono solide basi teoriche e applicative per l'analisi della ricezione dei testi mediali su pubblici e individui.

Gli insegnamenti basati sull'analisi dei trend digitali forniscono allo studente le capacità di analizzare le dinamiche di sviluppo, i contenuti e i pubblici dei media digitali. Tramite la realizzazione di progetti individuali e di gruppo, esercitazioni, analisi di caso, lo studente acquisisce e applica conoscenze nell'ambito delle metodologie della ricerca sociale qualitativa e quantitativa applicata ai pubblici dei media tradizionali e digitali, comprende gli scenari socioculturali di sviluppo del mercato dei media, individuandone i principali trend di sviluppo; interpreta le dinamiche di consumo dei media e le pratiche di consumo e lettura del contesto; analizza i testi comunicativi mediali della contemporaneità mediante tecniche quantitative e qualitative; applica i principi della psicologia alla lettura dei comportamenti del consumatore mediale; interpreta le tendenze principali nell'ambito dei social media; predispone contenuti adeguati ai diversi media tradizionali e digitali.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEI TESTI MEDIALI [url](#)

ANALISI DEI TESTI MEDIALI [url](#)

IMMAGINI E SOCIETA' (*modulo di METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE*) [url](#)

MERCATO E CONSUMI (*modulo di METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE*) [url](#)

METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE [url](#)

METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE - Modulo (*modulo di METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE*) [url](#)

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA [url](#)

SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI [url](#)

SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI [url](#)

COMPETENZE LINGUISTICHE

Conoscenza e comprensione

A questa area appartengono gli insegnamenti che sviluppano conoscenze linguistiche, complementari a quelle delle altre tre aree e che arricchiscono il bagaglio delle abilità dei futuri laureati di interagire in contesti internazionali. La conoscenza delle lingue viene concentrata sulla lingua inglese, con tre insegnamenti, uno per ciascun anno di corso, a cui si aggiunge un corso che introduce a una seconda lingua straniera.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Per la lingua inglese, lo studente dovrà essere in grado di scrivere, comprendere ed esprimersi in modo sicuro e articolato. Per la seconda lingua straniera, l'obiettivo è invece di permettere allo studente di conoscere e comprendere la lingua e la cultura di un diverso contesto socio-geografico.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

LINGUA E CULTURA CINESE [url](#)

LINGUA E CULTURA FRANCESE [url](#)

LINGUA E CULTURA RUSSA [url](#)

LINGUA E CULTURA SPAGNOLA [url](#)

LINGUA E CULTURA TEDESCA [url](#)

PROFESSIONAL ENGLISH I [url](#)

PROFESSIONAL ENGLISH II [url](#)

PROFESSIONAL ENGLISH III [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Il laureato avrà acquisito gli strumenti critici e analitici per interpretare le dinamiche del mondo dei media, della pubblicità e delle industrie creative, sviluppando la capacità di comprenderne i processi creativi e contribuendo alla loro realizzazione.

La capacità di analisi critica delle tematiche inerenti la comunicazione, i media, le tecnologie ed i linguaggi mediali contemporanei si unisce alla capacità di contestualizzare tali tematiche all'interno delle dinamiche del cambiamento sociale, tecnologico e culturale.

Queste capacità di analisi autonoma e critica degli scenari mediali saranno conseguite grazie alla lettura della bibliografia assegnata dai vari insegnamenti del Corso di Studio, alle attività seminariali, alle esercitazioni laboratoriali individuali e di gruppo, e saranno verificate negli esami orali, nelle prove scritte e/o in eventuali prove in itinere (laddove previste dall'insegnamento), oltre che nella prova finale.

Abilità comunicative

Il Corso di Studio stimola le abilità finalizzate alla produzione di contenuti comunicativi per i media tradizionali e digitali, la pubblicità, lo spettacolo e le industrie creative, attraverso la frequenza di laboratori e lo svolgimento di esercitazioni e lavori di gruppo che, oltre a sviluppare capacità creative, proattività, flessibilità ed autonomia di giudizio, consentiranno allo studente di imparare a trasferire ad altri, anche non specialisti, le proprie conoscenze e le proprie idee.


L'acquisizione di tali abilità sarà consolidata non solo per la lingua italiana, ma anche per la lingua inglese e una seconda lingua straniera.

	La verifica avverrà principalmente attraverso le prove d'esame finali e in itinere, e ai lavori individuali e di gruppo previsti nel corso dei singoli insegnamenti.	
Capacità di apprendimento	<p>Il laureato avrà acquisito capacità di studio e di apprendimento autonomo, indispensabili sia per accedere a percorsi di formazione di secondo livello, sia per elaborare e applicare in modo critico, in contesti professionali, le informazioni sviluppate durante il percorso formativo e verificate negli esami finali.</p> <p>Le attività seminariali e laboratoriali, che caratterizzano molti insegnamenti del Corso di Studio, costituiranno un costante terreno di prova e confronto delle capacità di assimilazione e analisi dei contenuti.</p> <p>Lo sviluppo di capacità autonome di analisi costituisce l'obiettivo specifico della prova finale, che si configura al tempo stesso come strumento di verifica delle conoscenze acquisite e come prima occasione per mettersi alla prova nella produzione di una ricerca originale.</p>	

 **QUADRO A4.d** | **Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

15/02/2022

Le attività affini previste nel Corso di studi riguardano le competenze relative allo sviluppo di abilità nell'ambito del web design e all'acquisizione di abilità metodologiche di lettura dei contenuti mediali, oltre alle competenze relative alle lingue straniere (diverse dall'inglese). In particolare, agli insegnamenti di area linguistica sono riservati 6 CFU. Possono completare il quadro delle attività affini un insegnamento nell'area del design della comunicazione e/o di area letteraria.

 **QUADRO A5.a** | **Caratteristiche della prova finale**

24/02/2022

La Prova finale consiste nella presentazione e nella discussione, davanti ad una Commissione di docenti, di un tema di ricerca relativo ad uno degli insegnamenti previsti dal Piano degli studi, sul quale lo studente ha predisposto un elaborato scritto corredato da un adeguato apparato bibliografico.

Le modalità di organizzazione e valutazione della prova finale sono definite da un Regolamento pubblicato annualmente sul portale d'Ateneo.



15/05/2023

L'esame di laurea consiste nella breve presentazione e discussione (aperta al pubblico ma priva di carattere cerimoniale) dell'elaborato finale al cospetto di una Commissione - denominata Commissione istruttoria - composta da tre docenti, anche non appartenenti alla medesima Facoltà, dell'area disciplinare in cui si inquadra l'argomento oggetto dell'elaborato. La Commissione istruttoria, al termine della seduta, comunica a tutti i candidati il solo giudizio sintetico attribuito (da insufficiente a eccellente).

Il voto di laurea viene attribuito successivamente dalla Commissione di certificazione, preso atto del giudizio espresso dalla Commissione istruttoria, dell'elaborato di laurea, del voto di partenza del candidato e di ulteriori elementi di valutazione sulla base della griglia approvata dal Consiglio di Facoltà e viene espresso in centodecimi.

La Commissione di certificazione è composta da cinque professori della Facoltà ed è presieduta dal Preside.

Le Commissioni sono nominate dal Preside della Facoltà.

La proclamazione e la consegna della pergamena avverranno durante il Graduation Day organizzato a ridosso della chiusura della sessione di laurea, aperto al pubblico e con carattere cerimoniale.

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/a7bd502e-bd52-459c-8cdc-327ca173bf5c/PROVA+FINALE_facolta+comunicazione_triennali+ 2022_23.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-a7bd502e-bd52-459c-8cdc-327ca173bf5c-okWbc6h (Modalità di valutazione e organizzazione della prova finale)

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: CMP_Regolamento didattico 2023-24

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/59770352-c747-459c-9af4-b9c99aa69e67/CMP_Regolamento+didattico+2023_24_.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41005PD0QACD0HKQ38C6-59770352-c747-459c-9af4-b9c99aa69e67-oxJ3oXc

▶ 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

▶ 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

▶ QUADRO B2.c**Calendario sessioni della Prova finale**

https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/ee0a7c1c-9345-4247-ab71-e6c17c4a28d2/Calendario+didattico+2023_2024.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.	M-FIL/05	Anno di corso 1	ANALISI DEI TESTI MEDIALI link	CALABRESE STEFANO CV		6	48	
2.	M-FIL/05	Anno di corso 1	ANALISI DEI TESTI MEDIALI link	CALABRESE STEFANO CV		6	48	
3.	M-DEA/01	Anno di corso 1	ANTROPOLOGIA DEL CIBO link	CAVALERI ANNALISA CV		6	48	
4.	L-FIL-LET/04	Anno di corso 1	CARPE DIEM: EREDITA' E ATTUALITA' DELLA CULTURA CLASSICA LATINA link	DELL'ACQUA CRISTINA CV		6	48	
5.	L-ART/06	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE DIGITALE (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) link	BITTANTI MATTEO CV	PA	6	48	✓
6.	L-ART/06	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE DIGITALE (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) link	LOCATI STEFANO CV	RD	6	24	✓
7.	L-ART/06	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE DIGITALE (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) link	BITTANTI MATTEO CV	PA	6	48	✓
8.	SPS/08	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE RADIOFONICA (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) link	VARON GAIA VALERIA CV		6	48	
9.	SPS/08	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE RADIOFONICA (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) link	VARON GAIA VALERIA CV		6	48	
10.	SPS/08	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE SPORTIVA link	FILUCCHI STEFANO CV		6	48	
11.	NN	Anno di	FONDAMENTA link	MINGARDI ALBERTO CV	PA	6	24	

		corso 1								
12.	NN	Anno di corso 1	FONDAMENTA link	CANOVA GIAN BATTISTA CV	PO	6	24			
13.	L-ART/07	Anno di corso 1	LA CONTEMPORANEITA' DELL'ANTICO link	MANCUSO STEFANIA CV		6	24			
14.	L-ART/07	Anno di corso 1	LA CONTEMPORANEITA' DELL'ANTICO link	VECCHIONI ROBERTO CV		6	24			
15.	ICAR/13	Anno di corso 1	LABORATORIO DI WEB DESIGN (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) link	CELLARIO MASSIMO CV		6	48			
16.	ICAR/13	Anno di corso 1	LABORATORIO DI WEB DESIGN (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) link	CELLARIO MASSIMO CV		6	48			
17.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA link	CANOVA GIAN BATTISTA CV	PO	6	24			
18.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA link	GIANNERI GIROLAMO CV		6	24			
19.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA link	LOCATI STEFANO CV	RD	6	24			
20.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA link	CANOVA GIAN BATTISTA CV	PO	6	24			
21.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA link	GIANNERI GIROLAMO CV		6	24			
22.	L-ART/05 SPS/08	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE link			12				
23.	L-ART/06 ICAR/13	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL WEB link			12				
24.	SPS/09	Anno di corso 1	LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' link	CORNARA GUIDO CV	ID	6	48			
25.	SPS/09	Anno di corso 1	LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' link	CORNARA GUIDO CV	ID	6	48			
26.	L-LIN/12	Anno di corso 1	PROFESSIONAL ENGLISH I link	SSML "CARLO BO" SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI CV		6	120			
27.	L-FIL-LET/14	Anno di corso 1	RACCONTARE LA GUERRA. LETTERATURA, CINEMA E MEDIA link	CANOVA GIAN BATTISTA CV	PO	6	12			
28.	L-FIL-LET/14	Anno di corso 1	RACCONTARE LA GUERRA. LETTERATURA, CINEMA E MEDIA link	SCURATI ANTONIO CV	PA	6	36			
29.	INF/01	Anno di corso 1	SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI link	CARIGNANI ANDREA CV	PA	6	24			
30.	INF/01	Anno di corso 1	SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI link	CARIGNANI ANDREA CV	PA	6	24			
31.	INF/01	Anno di corso 1	SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI link	GEMMO VANESSA CV	PA	6	24			
32.	INF/01	Anno di corso 1	SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI link	GEMMO VANESSA CV	PA	6	24			
33.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI MEDIA link	MICONI ANDREA CV	PA	6	48			
34.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI MEDIA link	MICONI ANDREA CV	PA	6	48			
35.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) link	GARAVAGLIA VALENTINA CV	PO	6	32			
36.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) link	PALAZZO NADIA CV		6	16			
37.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) link	PALAZZO NADIA CV		6	16			
38.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) link	GARAVAGLIA VALENTINA CV	PO	6	32			

▶ QUADRO B4

Aule

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

▶ QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

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

▶ 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

09/05/2023

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

09/05/2023

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5

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

09/05/2023

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

• Stage extracurriculari, ovvero periodi di tirocinio svolti da laureati presso Enti ed Imprese esterni all'Ateneo per la durata di dodici mesi.

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

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



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

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che 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 speciali ad hoc 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	Argentina	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales		02/12/2009	solo italiano
2	Australia	University of the Sunshine Coast		28/11/2020	solo italiano
3	Belgio	Artevelde University College		09/03/2016	solo italiano
4	Brasile	Universidade de Sao Paulo		24/01/2019	solo italiano
5	Cile	Universidad Diego Portales		24/01/2022	solo italiano
6	Cile	Universidad del Desarrollo		26/07/2002	solo italiano
7	Corea del Sud	EWHA Womans University		30/11/2022	solo italiano
8	Corea del Sud	Hallym University		18/12/2015	solo italiano
9	Francia	ISIT - INSTITUT CATHOLIQUE DE PARIS		19/11/2013	solo italiano
10	Francia	UNIVERSITE' MICHEL DE MONTAIGNE		09/12/2013	solo italiano
11	Francia	Universit� Catholique de Lille		31/01/2014	solo italiano
12	Germania	Friedrich Alexander Universit�t Erlangen-Nürnberg (FAU)		19/11/2013	solo italiano
13	Germania	Rheinische Friedrich Wilhelms-Universit�t Bonn�		13/12/2022	solo italiano
14	Germania	Universitat Mannheim		06/11/2014	solo italiano
15	Irlanda	Dublin Business School		24/05/2019	solo italiano
16	Irlanda	IADT - Institute of Art, Design and Technology		15/02/2023	solo italiano
17	Libano	Lebanese American university		11/02/2021	solo italiano
18	Malta	L'Universit� Ta Malta		04/03/2022	solo italiano
19	Paesi Bassi	Breda University of Applied Sciences		01/12/2021	solo italiano
20	Paesi Bassi	University of Groningen		23/03/2023	solo italiano
21	Polonia	IADE Univesidade Europeia		25/01/2017	solo italiano
22	Portogallo	IADE Univesidade Europeia		25/01/2017	solo italiano
23	Repubblica Ceca	CEVRO Institute		03/03/2023	solo italiano
24	Repubblica Ceca	Charles University		08/02/2022	solo italiano
25	Spagna	Centro universitario Sant Isidoro		08/11/2021	solo italiano
26	Spagna	ESADE - Universitat Ramon Llull		05/12/2013	solo italiano
27	Spagna	UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA Campus di Moncada		10/03/2021	solo italiano

28	Spagna	Universidad De Navarra	29477-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	08/04/2022	solo italiano
29	Spagna	Universidad De Salamanca	29573-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	08/02/2023	solo italiano
30	Spagna	Universidad Francisco De Vittoria		15/11/2013	solo italiano
31	Spagna	Universidad Medio Atlantico		29/11/2022	solo italiano
32	Spagna	Universidad Nebrija		16/11/2021	solo italiano
33	Spagna	Universidad Pontificia De Salamanca	29536-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	24/02/2022	solo italiano
34	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		19/11/2021	solo italiano
35	Spagna	Universidad de Sant Jorge		05/11/2021	solo italiano
36	Spagna	Universidad de Sevilla		12/12/2014	solo italiano
37	Spagna	Universidad del Pais Vasco		16/11/2022	solo italiano
38	Spagna	Universitat Abat Oliba CEU		22/03/2023	solo italiano
39	Spagna	Universitat Rovira I Virgili	28675-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	07/02/2023	solo italiano
40	Svezia	STIFTELESEN HÅGSKOLAN I JÄNKÅPING		06/02/2014	solo italiano
41	Taiwan	SHIH HSIN		30/06/2020	solo italiano
42	Turchia	Bilgi University		16/12/2013	solo italiano
43	Uruguay	UDELAR		19/02/2021	solo italiano

▶ QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

- 12/05/2023*
- **Career Counseling.** È un'attività volta a sviluppare le risorse personali, supportare le scelte e fornire sostegno agli studenti e laureati. Gli incontri offrono uno spazio di ascolto e di riflessione, nel quale esplorare difficoltà relative a processi evolutivi, fasi di transizione e stati di crisi e rinforzare capacità di scelta o di cambiamento.
 - **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.
 - **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.
 - **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.
 - **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.
 - A valle dell'attività di assessment, viene avviato un percorso di auto-sviluppo a partire da alcune aree di competenza cruciali per l'ingresso nel mondo del lavoro, grazie a cui gli studenti acquisiscono maggiore consapevolezza dei propri punti di forza e delle possibili aree di miglioramento.
 - Per gli studenti delle lauree triennali Bud Hub Project è un percorso che ha l'obiettivo di far vivere una prima esperienza che li avvicini al mondo del lavoro. Mira a coltivare negli studenti il germoglio della consapevolezza, degli strumenti e delle opportunità appartenenti al mercato del lavoro. La metodologia dell'Assessment consente di evidenziare le competenze comportamentali per tracciare un primo profilo e per avviare un percorso di consapevolezza di sé stessi. Gli studenti avranno la possibilità di provare uno degli strumenti più usati dal mondo delle aziende sotto forma di game.
 - **Career Advisory.** Servizio offerto agli studenti laureati di supporto nei momenti strategici per la valutazione del proprio percorso professionale. Assessment della propria carriera.
 - **Supporto Cover Letter.** Fornire supporto agli studenti / laureati nell'ottimizzare o imparare a strutturare una Cover Letter per rendere le loro candidature più efficaci.
 - **Job seminar.** Prevede l'intervento di professionisti nell'ambito di lezioni universitarie a sostegno delle tematiche trattate dai docenti nello svolgimento del programma didattico. 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.
 - **Job day.** 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 Week.** Le Career Week, con il coinvolgimento di oltre 100 aziende di diversi settori, più volte ripetuti nell'anno, prevedono una presentazione del company profile ed uno spazio a loro dedicato al fine di poter presentare il brand e le posizioni aperte, incontrare i ragazzi, raccogliere i loro curricula e svolgere colloqui.
 - **Corso iscrizione & Utilizzo di Almaurea 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 per Strategie di Employability** – Servizio online per raggiungere più persone contemporaneamente sul tema dei CV e le Cover Letter. Gli incontri non sono ad personam, ma più generali con una formula da lezione frontale con il supporto di materiale visivo (slide).

- Percorso di Coaching - dedicato agli studenti italiani focalizzato sulla transizione tra il mondo universitario e quello professionale.

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

▶ QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

09/05/2023

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

Tra le azioni rivolte agli studenti, oltre alla costante gestione delle richieste di informazione e supporto (sportello fisico, telefono, e-mail e social), offriamo:

- Orientamento matricole: supporto allo studente nella scelta del Corso di Laurea più idoneo;
- Colloqui individuali di accoglienza;
- Attrezzature tecniche e informatiche;
- Supporto per la richiesta di testi in formato digitale;
- Supporto agli studenti nella relazione con i docenti;
- Supporto alle richieste di esonero per studenti in possesso di invalidità uguale o superiore al 66% e/o verbale di accertamento dell'handicap in corso di validità;
- Supporto allo studio attraverso percorsi individualizzati;
- Corsi di orientamento e mobilità per studenti ciechi;
- Misure compensative/dispensative;
- Sportello DSA;
- Prima diagnosi e aggiornamento diagnostico DSA a condizioni agevolate presso il Centro Euresis;
- Incontro con la psicologa per individuare strategie operative (per studenti DSA);
- SuperReading, corsi di lettura strategica dedicati in particolare agli studenti con DSA;
- Corsi sul metodo di studio dedicati in particolare a studenti con DSA.

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

- Promuove una serie di attività di ricerca finalizzate a sostenere forme di inclusione a livello didattico e sociale;
- Svolge un lavoro di supporto agli studenti con DSA con interventi in campo diagnostico (grazie a una équipe 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

16/06/2020

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinione degli studenti, a.a. 2022/23

▶ QUADRO B7

Opinioni dei laureati

29/08/2023

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/stamp.php?versione=2019&annoprofilo=2023&annooccupazione=2022&codicione=015050620200002&corsoclasse=2020&aggrega=SI&confronta=ateneo&compatibility=0&stella2015=&sua=1>



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati e informazioni, a.a. 2022/23



QUADRO C2

Efficacia Esterna

29/08/2023

Link inserito: https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/stamp_php?annoprofilo=2023&annooccupazione=2022&codicione=015050620200002&corsclasse=2020&aggrega=SI&confronta=ateneo&sua=1#occupazio



QUADRO C3

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

26/09/2014

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Valutazione dello stagista, a.a. 2022/23