



Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM

Facoltà di Arti e Turismo

Corso di Laurea in Moda e Industrie creative

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

Nome inglese del corso – Fashion and Creative Industries

REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2024/2025

Presentazione

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

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

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

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

Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo

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

Il corso forma figure professionali in grado di comprendere le specificità delle industrie creative e fornisce sia conoscenze critico-teoriche relative ai diversi linguaggi artistico-visuali necessari alla comprensione della



moda, sia strumenti metodologici e pratici per la comprensione delle dinamiche dell'ambiente competitivo in cui le industrie creative affrontano le principali sfide alla base dei processi di ideazione, produzione, distribuzione e valorizzazione dei propri prodotti.

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

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

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

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

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

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

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

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

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

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



Il laureato in Moda e industrie creative, grazie agli insegnamenti caratterizzanti e di base, è in grado di applicare in maniera autonoma e lavorando in team le conoscenze acquisite per ideare concept di eventi per la moda o il design, sfilate di moda, di comunicazione inclusiva e interculturale, anche per il web e i social media; per progettare visual creativi per l'identità aziendale o per il brand; per interpretare la moda e i prodotti dei settori creativi attraverso l'arte e altre forme estetiche.

Grazie alle attività di base lo studente incrementa le capacità comunicative; consegue conoscenze nell'ambito della pubblicità e della comunicazione web e social media; sviluppa materiali per le attività di comunicazione e per il lancio di nuovi prodotti e servizi; elabora testi divulgativi relativi alle tendenze artistiche e culturali in atto nella moda e nelle industrie creative.

Le attività affini permettono al laureato: di elaborare strategie per promuovere le creazioni delle aziende di moda; di definire la strategia social del brand, dalla creazione di contenuti alla gestione dei canali social e il monitoraggio dei risultati; di acquisire le capacità di lettura e interpretazione di budget; di sapersi orientare sui temi della protezione della proprietà intellettuale, soprattutto in ambito internazionale; di ricercare trend artistici, culturali e di stile nella moda e di interpretare dati per comprendere i gusti dei consumatori, anticipare le tendenze e supportare le attività di marketing sui punti vendita.

Grazie alle discipline linguistiche, lo studente è capace, in lingua inglese, di gestire il linguaggio e le tecniche comunicative legate al settore dell'industria creativa.

Per ciascuna attività, l'esame finale permetterà di valutare l'acquisizione dei contenuti. Lavori di ricerca e di progettazione realizzati all'interno di attività seminariali o laboratoriali previste dall'insegnamento costituiranno parte della valutazione d'esame.

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

Discipline e attività laboratoriali in ambito artistico-visuale-mediale

Conoscenza e comprensione

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

Comprensione del binomio arte-cultura.

Comprensione del binomio arte-immagine.

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

Conoscenza e comprensione degli archivi delle industrie creative.

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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

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

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

Capacità di valorizzare gli archivi di moda attraverso allestimenti museali.

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

Conoscenza e comprensione

Conoscenza avanzata dell'inglese in forma scritta e orale.

Comprensione della grammatica e dei vocaboli.

Conoscenza delle tecniche comunicative e pubblicitarie.



Conoscenza e comprensione dell'intreccio tra processi culturali, creativi e produttivi che caratterizzano l'ambito della moda in analogia con altre espressioni estetiche.

Comprensione delle tecniche di ideazione dei concept di eventi per la moda e per le industrie creative.

Conoscenza degli approcci e delle tematiche della comunicazione per le industrie creative.

Comprensione dei processi comunicativi nei diversi media.

Conoscenza di base delle teorie semiologiche e comunicative relative a creatività, innovazione e pubblicità.

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di comunicare in lingua inglese.

Capacità di applicare le tecniche acquisite ai contesti in continua evoluzione delle industrie creative.

Capacità di applicare le conoscenze acquisite per l'elaborazione di contenuti per la comunicazione della moda, anche per il web e i social media.

Capacità di applicare in maniera autonoma, originale e critica le conoscenze acquisite al fine di ideare concept di eventi e sfilate di moda.

Capacità di progettare visual creativi per le aziende di moda e le industrie creative.

Discipline economiche, gestionali e giuridiche

Conoscenza e comprensione

Conoscenza di base dei settori delle industrie creative, nonché dei loro attori fondamentali.

Comprensione delle relazioni complesse e delle interconnessioni esistenti tra moda e industria creativa.

Conoscenza dei fondamentali paradigmi organizzativi, economico-gestionali e di marketing delle organizzazioni creative.

Comprensione di base di bilanci, budget e altre forme di report.

Comprensione delle dinamiche di sviluppo dei trend culturali e dei temi emergenti nei settori della moda e delle industrie creative.

Conoscenza e comprensione dei diritti di proprietà intellettuale per la protezione delle creazioni di moda e dei prodotti creativi soprattutto in contesti internazionali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicazione delle conoscenze acquisite in modo chiaro e sicuro, oltre che di comprensione e utilizzo degli strumenti appresi in contesti nuovi (problem solving) anche riferiti in maniera trasversale ai mercati della moda e delle industrie creative.

Capacità di sviluppare strategie di marketing e di comunicazione per le industrie creative e le aziende della moda.

Capacità di ricerca, analisi e interpretazione di dati quantitativi e qualitativi per l'anticipazione delle tendenze culturali e di stile nella moda e nelle industrie creative.

Capacità di orientarsi nelle norme anche internazionali per la tutela dei prodotti delle industrie creative.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Il laureato avrà acquisito capacità di analisi critica e interpretativa delle tematiche inerenti alle industrie creative con particolare riferimento alla moda o al design, comprensione delle dinamiche competitive ed economico-gestionali del sistema di riferimento, capacità di ricercare e individuare i trend culturali emergenti e le strategie di comunicazione e promozione più efficaci nei diversi contesti. Oltre a saper inquadrare correttamente le problematiche, il laureato sarà in grado di orientarsi nel panorama culturale e



creativo nazionale e internazionale, nel sistema della moda e delle industrie creative. Queste capacità saranno conseguite grazie alle bibliografie assegnate dai vari insegnamenti, alle attività seminariali, alle esperienze sul campo, ai progetti di laboratorio e allo stage curricolare; e saranno verificate negli esami orali e nelle prove scritte, in eventuali prove in itinere (laddove previste dall'insegnamento).

Abilità comunicative (communication skills)

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

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

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

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato avrà acquisito capacità di studio e di apprendimento specifiche sviluppate durante il percorso formativo e verificate negli esami finali.

Le attività seminariali e laboratoriali, che caratterizzano molti insegnamenti del Corso di Studio, costituiranno una prova costante, durante il triennio, delle capacità di assimilazione e interpretazione dei contenuti; la prova finale rappresenterà lo step conclusivo.

Il laureato dovrebbe dunque, al termine del percorso, aver raggiunto un'autonomia gestionale e critica per l'elaborazione e l'applicazione delle informazioni in ambito professionale o per il proseguimento della carriera di studio.

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

Le attività affini e integrative presenti nel piano di studi del Corso di Laurea appartengono all'area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche. Tale scelta è motivata dal fatto che queste risultano particolarmente utili nel completare il profilo formativo dello studente, al fine di garantire la conoscenza della dimensione competitiva ed economico-gestionale e di marketing delle imprese creative, nonché strumenti per la ricerca e l'analisi dei dati utili a comprendere i gusti dei consumatori, per la lettura di budget e per la comprensione delle tecniche di redazione. Attraverso queste attività lo studente apprende inoltre conoscenze relative alle norme per la protezione dei diritti collegati alla proprietà intellettuale.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

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

- progettazione di concept creativi per eventi e sfilate e loro organizzazione;
- creazione di contenuti e sviluppo di materiali per valorizzare le produzioni artistico-creative, inclusi materiale informativo e documentazione sui prodotti, comunicati stampa, pubblicità;
- gestione degli spazi e visual merchandising;
- gestione delle strategie di comunicazione nei diversi media;
- ricerca per l'industria creativa;
- fashion&design digital archivist;
- e-commerce fashion retail.
- Content creator



Il corso prepara alla professione di:

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

Ricercatori di tendenze per la moda e le industrie creative;

Art Director junior per la moda e le industrie creative.

Norme relative all'accesso

Tutte le informazioni sulle norme relative all'accesso al corso di laurea sono consultabili nell'**Allegato 1** del presente regolamento.

Organizzazione del corso di laurea

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

Modalità di verifica del profitto

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



PIANO DEGLI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN

MODA E INDUSTRIE CREATIVE

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

I ANNO A. A. 2024/25

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



II ANNO A. A. 2025/2026

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



III ANNO A. A. 2026/2027

INDIRIZZO: MODA

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

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

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

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

**INDIRIZZO: INDUSTRIE CREATIVE E DESIGN**

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

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

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

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

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

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

Tipologie e forme didattiche



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

Laboratori di lingue straniere

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

Stage professionale

Il Regolamento Stage è pubblicato sul portale dell'Università, alla [pagina](#):
Vedi sezione **STAGE E WORKHOP**

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

Frequenza ai corsi

La frequenza non è obbligatoria ma fortemente consigliata.

Modalità d'esame di profitto

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

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

Link relativi alle modalità di verbalizzazione degli esami di profitto:



Procedura di verbalizzazione esami

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

International Language Centre (ILC)

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

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

Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame

L'organizzazione della didattica è su base semestrale e i semestri sono a loro volta suddivisi in due cicli di lezioni. Per l'A.A. 2024/2025, i termini sono i seguenti:

CALENDARIO DELLE LEZIONI

1° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

dal 23 settembre al 21 dicembre 2024

dal 23 settembre al 31 ottobre 2024

dal 12 novembre al 21 dicembre 2024

2° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

dal 17 febbraio al 31 maggio 2025

dal 17 febbraio al 29 marzo 2025

dal 7 aprile al 31 maggio 2025

Modalità di svolgimento delle attività didattiche

Corso di 24 ore (3 CFU)

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

Corso di 48 ore (6 CFU)

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

Corso di 72 ore (9 CFU)

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

Corso di 96 ore (12 CFU)

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

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

ESAMI DI PROFITTO

Sessione d'esami dedicata agli studenti di scambio internazionale

dal 16 al 20 dicembre 2024

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

I sessione

(IV sessione A.A. 2023/2024 per studenti

dall'8 gennaio al 15 febbraio 2025 (3 appelli)



in debito d'esami rispetto ad anni precedenti)

II sessione

III sessione

dal 3 giugno al 10 luglio 2025 (3 appelli)

dal 26 agosto al 20 settembre 2025 (2 appelli)

SESSIONI DI LAUREA

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

Il **calendario didattico** è pubblicato sul portale dell'Università alla pagina

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

Vedi sezione QUICK LINKS

L'orario delle lezioni e degli appelli d'esame sono consultabili a questa [pagina](#)

Riconoscimento delle carriere pregresse degli studenti provenienti da rinuncia agli studi

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

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

Riconoscimento dei periodi di studio effettuati all'estero

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

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



Prova finale

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

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

L'elaborato, una volta approvato dal relatore, viene valutato secondo quanto previsto dal Nuovo Regolamento Didattico di Ateneo, dal **Regolamento per le modalità di discussione e attribuzione del titolo di laurea**, consultabile al [link](#) nonché dalle **Modalità di organizzazione e valutazione della Prova finale**, definite del Consiglio di Facoltà per ciascun anno accademico.

Il presente Regolamento didattico del Corso di Laurea in Moda e industrie creative è approvato dal Consiglio di Facoltà nella seduta dell'8 aprile 2024.



Allegato 1



Modalità di ammissione ai Corsi di laurea A.A. 2024/2025

Le presenti modalità di ammissione, approvate dal Senato Accademico nella seduta del 26 settembre 2023, disciplinano l'ammissione ai Corsi di laurea dell'Università IULM per l'a.a. 2024/2025.

1. Posti disponibili per l'a.a. 2024/2025

Il Senato Accademico ha deliberato, per l'a.a. 2024/2025, i seguenti numeri programmati per i Corsi di laurea in:

Facoltà di Arti e turismo

- *Arti ed eventi culturali*.....250
- *Moda e industrie creative*.....250
- *Turismo, management e cultura*.....240

Facoltà di Interpretariato e traduzione

- *Interpretariato e comunicazione*250
- *Lingue, cultura e comunicazione digitale*.....100

Facoltà di Comunicazione

- *Comunicazione, media e pubblicità*.....530
- *Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche*540
- *Corporate Communication and Public Relations (in lingua inglese)*.....200

2. Requisiti di accesso

Possono candidarsi a sostenere il test di ammissione le seguenti tipologie di candidati:

- cittadini italiani o comunitari in possesso di Diploma di Scuola secondaria superiore quinquennale di ordinamento italiano o titolo equivalente¹;
- cittadini italiani o comunitari in possesso di un titolo di studio equivalente al Diploma di Scuola secondaria superiore conseguito al termine di un periodo scolastico non inferiore a 12 anni;
- cittadini extra-UE previa presentazione della domanda di ammissione secondo quanto previsto dalle vigenti disposizioni in materia di ingresso, soggiorno e immatricolazione degli studenti stranieri/internazionali, nonché della valutazione della documentazione e della situazione specifica;
- cittadini italiani che frequentano il quarto anno di Scuola secondaria superiore di ordinamento italiano - fatta eccezione per il Corso di laurea in Interpretariato e comunicazione, per il quale è vincolante la frequenza almeno del quinto anno;
- cittadini italiani che frequentano il terzo e il quarto anno di percorsi quadriennali di istruzione secondaria di secondo grado², fatta eccezione per il Corso di laurea in Interpretariato e comunicazione, per il quale è vincolante la frequenza almeno del quarto e ultimo anno dei suddetti percorsi;
- cittadini italiani che frequentano il quinto anno di Scuola secondaria superiore di ordinamento italiano;
- cittadini comunitari o extra-UE che stanno frequentando l'ultimo anno della Scuola secondaria del Paese di provenienza o un *Foundation Year* (corso propedeutico destinato a studenti internazionali non in possesso dei 12 anni di scolarità pregressa), previa valutazione della documentazione e della situazione specifica.

¹ I candidati in possesso di titolo equivalente (anche quadriennale, ad esempio le qualifiche referenziate al IV livello EQF) dovranno obbligatoriamente verificarne la validità ai fini dell'ammissione all'Università anche presso l'Istituto erogante

² Attivati ai sensi del DM n. 567 del 3 agosto 2017 che promuove un piano nazionale di innovazione ordinamentale, riducendo a quattro anni il tradizionale ordinamento didattico quinquennale delle scuole secondarie superiori



Per l'accesso al test di ammissione al Corso di laurea in *Corporate Communication and Public Relations* è richiesto un livello di conoscenza della lingua inglese pari almeno al B2 secondo lo standard del *Common European Framework of Reference for Languages* (CEFR). I candidati non in possesso di tale certificazione linguistica (o con certificazione non più valida) dovranno sostenere un apposito test di accertamento linguistico (*Assessment test, le cui date sono indicate nell'Allegato 2*) con le modalità più sotto indicate. Possono essere esentati dall'accertamento linguistico (*Assessment test*) i candidati che abbiano svolto l'intero percorso formativo in lingua inglese presso un istituto di scuola superiore ad ordinamento anglofono in Italia o all'estero. Per l'ammissione al Corso di laurea in *Interpretariato e Comunicazione* è prevista una conoscenza almeno basilare della lingua inglese (non inferiore al livello A2 secondo lo standard CEFR) mentre, per tutte le altre lingue di studio, è ammesso il livello "principiante". Non può dunque essere ammesso al Corso di laurea in *Interpretariato e Comunicazione* chi, per la lingua inglese, risulti di livello "principiante" in entrambe le prove, scritta e orale.

3. Sessioni di svolgimento dei test di ammissione

Per l'ammissione ai Corsi di laurea dell'a.a. 2024/2025 sono previste le seguenti sessioni di test:

- 1° sessione: dal 4 al 15 dicembre 2023
- 2° sessione: dal 5 al 15 marzo 2024
- 3° sessione: dal 13 al 24 maggio 2024
- 4° sessione: dal 12 al 19 luglio 2024

Una volta esaurite le sessioni ordinarie, il Senato Accademico può deliberare l'attivazione di ulteriori sessioni straordinarie per i Corsi che presentino ulteriore disponibilità di posti non assegnati.

Le date delle sessioni potranno subire variazioni per sopraggiunti eccezionali motivi.

L'apertura delle sessioni potrà essere scaglionata, ovvero la possibilità di iscriversi per le diverse sessioni verrà attivata man mano che procedono le immatricolazioni.

Nell'ambito delle diverse sessioni verranno aperte solo le candidature ai test per i quali è ancora disponibile un congruo numero di posti.

4. Modalità e termini di iscrizione ai test di ammissione

Per iscriversi ai test di ammissione occorre presentare apposita domanda attraverso la procedura online indicata sul portale di Ateneo (d'ora in avanti "procedura online").

Prima dell'iscrizione al test occorre registrarsi. La registrazione può essere effettuata una sola volta. Al termine della registrazione il nome utente e la password assegnati dal sistema consentono di effettuare l'accesso e procedere con il completamento dei dati anagrafici. Il completamento dei dati anagrafici è obbligatorio e deve avvenire contestualmente al primo accesso.

Dopo la registrazione e il completamento dei dati anagrafici è possibile accedere alla procedura online e iscriversi al test.

Nel corso dell'iscrizione al test saranno richiesti:

- scansione formato pdf del fronte/retro di un documento d'identità (carta d'identità/passaporto) e scansione formato pdf del fronte/retro del codice fiscale/tessera sanitaria; per studenti extra UE è obbligatoria la scansione formato pdf del permesso di soggiorno in corso di validità;
- le pagelle di terza e di quarta superiore per i candidati che stanno frequentando il quinto anno o già diplomati, mentre sarà richiesta solo la pagella di terza superiore per quanti stanno frequentando il quarto anno;
- le pagelle di seconda e di terza superiore per i candidati che stanno frequentando il quarto e ultimo anno di percorsi quadriennali di istruzione secondaria di secondo grado³ (o già diplomati presso i

³ Attivati ai sensi del DM n. 567 del 3 agosto 2017.



medesimi), mentre sarà richiesta solo la pagella di seconda superiore per quanti stanno frequentando il terzo anno di suddetti percorsi;

- le medie dei voti del terzo e/o del quarto anno (a seconda dell'anno di frequenza - escludendo i voti di educazione fisica/motoria, educazione civica, religione e condotta/comportamento). Il risultato deve essere arrotondato ad un solo decimale (es. $7,53 = 7,5$; $6,55 = 6,6$; $6,96 = 7,0$);
- eventuali certificazioni per la lingua inglese di livello almeno B2 purché ottenute dopo il 1° gennaio 2022 (indicate nella tabella degli esoneri al seguente [link](#));
- per i candidati del Corso di laurea in *Corporate Communication and Public Relations* non madrelingua italiana eventuale certificazioni di conoscenza della lingua italiana a livello almeno B2.

In caso di mancata disponibilità delle pagelle al momento dell'iscrizione al test potrà eccezionalmente essere caricato un modulo sostitutivo scaricabile dalla procedura online, che presuppone comunque l'impegno a trasmettere i documenti richiesti entro e non oltre la data di svolgimento della prova.

I candidati iscritti a una scuola italiana che hanno frequentato il quarto anno all'estero potranno inserire solo la pagella del terzo anno; la frequenza del quarto anno all'estero per almeno un semestre, che andrà opportunamente verificata trasmettendo il certificato degli esami sostenuti dell'ultimo anno (*transcript of records*), costituisce un elemento di merito di cui si terrà d'ufficio debito conto nella formulazione della graduatoria. I candidati che frequentano una scuola ad ordinamento straniero (in Italia o all'estero) inseriranno le pagelle relative a tutti gli anni di studio; la frequenza di una scuola straniera costituisce un elemento di merito di cui si terrà d'ufficio debito conto nella formulazione della graduatoria.

I candidati italiani o stranieri residenti stabilmente in Italia che siano in possesso di titolo di studio conseguito in Italia presso istituti di scuola superiore ad ordinamento estero o scuole internazionali, dovranno registrarsi e caricare nella [procedura online](#) il certificato degli esami sostenuti dell'intero percorso formativo e il diploma di scuola secondaria superiore (ove in possesso).

I candidati italiani o stranieri residenti stabilmente all'estero che siano in possesso di titolo di studio straniero conseguito all'estero dovranno presentare domanda di ammissione sul portale [apply.iulm.it](#) onde verificare la validità del titolo ai fini dell'ammissione ai Corsi di studio universitari. A tal fine, dovranno essere trasmessi il certificato degli esami sostenuti dell'intero percorso formativo e il diploma di scuola secondaria superiore (ove in possesso).

Qualora la verifica da parte della Segreteria studenti evidenzia la non validità del titolo posseduto ai fini dell'ammissione ad un Corso di studio di livello universitario, la quota di partecipazione al test verrà rimborsata (al netto dei diritti di segreteria).

L'iscrizione al test comporta il versamento di una quota pari a € 100.⁴

Nell'a.a. 2024/2025 è possibile partecipare a più test per più Corsi di laurea versando la quota di partecipazione di € 100 per ciascun Corso.

Fanno eccezione i Corsi di laurea in *Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche* e *Corporate Communication and Public Relations* per i quali non è possibile iscriversi a entrambi i test nella medesima sessione (trattandosi del medesimo Corso, l'uno la replica in lingua inglese dell'altro). Tuttavia, qualora in una sessione successiva un candidato desideri effettuare un test per l'altro percorso (ad esempio, un candidato che ha superato il test per *Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche* nella prima sessione che desideri sostenere il test per *Corporate Communication and Public Relations* nella seconda sessione) è tenuto a versare la relativa quota.

Gli studenti che non supereranno il test in una sessione potranno candidarsi ad una delle successive dell'a.a. 2024/2025 presentando una nuova domanda di ammissione tramite la [procedura online](#), senza il versamento di una ulteriore quota di partecipazione al test.

⁴ Fanno eccezione gli studenti residenti all'estero, che sostengono (previa specifica autorizzazione e/o per tramite di un agente reclutatore) i test di ammissione presso altra sede estera, per i quali può essere prevista una diversa quota di partecipazione.



La quota di iscrizione al test non viene rimborsata in nessun caso (fatta eccezione la mancata effettuazione del test per esaurirsi dei posti disponibili, la volontà degli Organi di governo dell'Ateneo o la non validità del titolo di accesso posseduto, italiano o straniero). Giova precisare che la mancata partecipazione al test da parte del candidato per qualsivoglia ragione non costituisce motivo di rimborso.

Il mancato pagamento della quota di partecipazione oppure il pagamento oltre i termini fissati per ciascuna sessione non consentiranno l'accesso al test.

La domanda di ammissione alle sessioni di test dovrà essere presentata online secondo le seguenti scadenze:

- 1° sessione: dal 2 al 27 novembre 2023
- 2° sessione: dal 28 novembre 2023 al 27 febbraio 2024
- 3° sessione: dal 28 febbraio⁵ al 6 maggio 2024
- 4° sessione: dal 7 maggio⁶ al 4 luglio 2024

Le scadenze indicate potranno subire variazioni per sopraggiunti eccezionali motivi.

5. Norme per lo svolgimento del test

Il test si svolge in modalità telematica, pertanto:

- il candidato deve essere in possesso di un dispositivo dotato di webcam e microfono, la cui funzionalità potrà essere verificata con il supporto dei tecnici d'Ateneo con modalità che saranno di volta in volta opportunamente comunicate;
- la convocazione per lo svolgimento del test avverrà esclusivamente via email, all'indirizzo indicato in fase di registrazione. La email di convocazione indicherà due specifici momenti: quello di verifica dei dati anagrafici online (non necessariamente lo stesso giorno del test) e quello di effettivo svolgimento del test;
- la verifica online dei dati anagrafici è obbligatoria e vincolante ai fini della successiva partecipazione al test; i candidati dovranno collegarsi (nelle date indicate nell'allegato 3 e comunicate dalla segreteria studenti in tempo utile) muniti di un documento di identità in corso di validità (carta di identità, patente o passaporto; permesso di soggiorno obbligatorio per candidati di cittadinanza extra UE);
- il test deve essere effettuato collegandosi all'interno delle stanze virtuali indicate nell'email di convocazione, affinché il personale dell'Ateneo possa effettuare la necessaria sorveglianza. Gli addetti daranno anche formale avvio alla prova: le prove avviate prima della comunicazione del personale di Ateneo addetto e/o svolte in assenza del collegamento alla stanza virtuale saranno ritenute nulle;
- nell'effettuazione del test i candidati dovranno attenersi scrupolosamente alle norme comunicate. Gli operatori di Segreteria potranno, senza preavviso, effettuare controlli a campione: in caso di comprovate anomalie (mancata attivazione della webcam, copiatura, presenza di altre persone nella stanza virtuale, utilizzo di altri dispositivi non preventivamente autorizzati, ecc.) potrebbero essere applicate penalità al calcolo del punteggio finale, fino all'annullamento della prova.

6. Test di ammissione e graduatorie

Per i Corsi di Laurea in:

- *Interpretariato e comunicazione*
- *Lingue, cultura e comunicazione digitale*

⁵ In caso di potenziale saturazione dei posti disponibili al termine della seconda sessione, la data di apertura delle iscrizioni alla terza sessione potrebbe essere posticipata di una settimana o più per consentire l'immatricolazione degli ammessi e la verifica della disponibilità di posti residui.

⁶ In caso di potenziale saturazione dei posti disponibili al termine della terza sessione, la data di apertura delle iscrizioni alla quarta sessione potrebbe essere posticipata di una settimana o più per consentire l'immatricolazione degli ammessi e la verifica della disponibilità di posti residui.



il test non è selettivo, ma finalizzato unicamente alla verifica delle competenze personali. Solo in caso di esaurimento dei posti disponibili sarà definita una graduatoria sulla base dell'esito del test finalizzata all'assegnazione dei posti residui.

È previsto un successivo colloquio orale di accertamento del livello di conoscenza della lingua inglese e della seconda lingua scelta, riservato ai soli immatricolati e finalizzato alla omogenea composizione delle classi di frequenza, ai fini di una corretta composizione delle classi di lingua a partire dal livello di conoscenza dello studente. Le date verranno comunicate agli immatricolati dalla Segreteria studenti tramite e-mail successivamente all'immatricolazione e saranno previste nei mesi di maggio, luglio e settembre.

Per i Corsi di Laurea in:

- *Comunicazione, media e pubblicità*
- *Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche*
- *Arti ed eventi culturali*
- *Moda e industrie creative*
- *Turismo, management e cultura*

l'accesso è selettivo e basato su una graduatoria elaborata sulla base del merito scolastico e dell'esito del test. In particolare, la posizione nella graduatoria è determinata come segue.

Per i candidati che stanno frequentando il quinto anno di percorsi quinquennali di istruzione secondaria di secondo grado o già diplomati presso i medesimi:

- per il 50% dall'esito del test;
- per il 40% dal curriculum scolastico (il 20% dalla media dei voti di terza e il 20% da quella di quarta superiore)
- per il 10% dal livello di conoscenza della lingua inglese rilevato con il test di ammissione.

Per quanti stanno frequentando il quarto anno il 40% relativo al curriculum scolastico fa riferimento alla sola media di terza superiore.

Per i candidati che stanno frequentando il quarto e ultimo anno di percorsi quadriennali di istruzione secondaria di secondo grado o già diplomati presso i medesimi:

- per il 50% dall'esito del test;
- per il 40% dal curriculum scolastico (il 20% dalla media dei voti di seconda e il 20% da quella di terza superiore)
- per il 10% dal livello di conoscenza della lingua inglese rilevato con il test di ammissione.

Per quanti stanno frequentando il quarto anno il 40% relativo al curriculum scolastico fa riferimento alla sola media di seconda superiore.

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

- per la 1° sessione saranno ammessi solo i candidati con un punteggio non inferiore al 70% del valore massimo;
- per l'ultima sessione saranno ammessi tutti i candidati sulla base della graduatoria definita con il punteggio ottenuto, fino ad esaurimento dei posti disponibili. I candidati con un punteggio inferiore al 70% del valore massimo eventualmente inclusi nella graduatoria potranno essere ammessi con l'attribuzione di OFA in specifiche materie. I criteri di attribuzione e le modalità di recupero degli OFA verranno determinati con successiva delibera del Consiglio di Facoltà;
- per la 2° o 3° sessione, a seconda del numero di posti ancora disponibili per lo specifico Corso di laurea, potrà essere alternativamente adottato il medesimo criterio della 1° sessione oppure anticipato quello dell'ultima sessione. Il criterio adottato per la 2° o la 3° sessione verrà comunicato sul portale d'Ateneo entro cinque giorni della data del test.



Per il Corso di Laurea in:

- *Corporate Communication and Public Relations (in lingua inglese)*

l'accesso è selettivo e basato su una graduatoria elaborata sulla base del merito scolastico e dell'esito del test. In particolare, la posizione nella graduatoria è determinata come segue.

Per i candidati che stanno frequentando il quinto anno di percorsi quinquennali di istruzione secondaria di secondo grado o già diplomati presso i medesimi:

- per il 50% dall'esito del test;
- per il 50% dal curriculum scolastico (il 25% dalla media dei voti di terza e il 25% da quella di quarta superiore).

Per quanti stanno frequentando il quarto anno il 50% relativo al curriculum scolastico fa riferimento alla sola media di terza superiore.

Per i candidati che stanno frequentando il quarto e ultimo anno di percorsi quadriennali di istruzione secondaria di secondo grado o già diplomati presso i medesimi:

- per il 50% dall'esito del test;
- per il 50% dal curriculum scolastico (il 25% dalla media dei voti di seconda e il 25% da quella di terza superiore).

Per quanti stanno frequentando il quarto anno il 50% relativo al curriculum scolastico fa riferimento alla sola media di seconda superiore.

Per accedere al test è richiesto un livello di conoscenza della lingua inglese pari almeno al B2 secondo lo standard del *Common European Framework of Reference for Languages* (CEFR). In particolare:

- i candidati in possesso di una certificazione linguistica⁷ (ottenuta dopo il 1° gennaio 2022) potranno accedere direttamente al test. Copia digitale della certificazione andrà allegata durante la procedura di iscrizione online al test;⁸
- i candidati non in possesso di una certificazione linguistica (o con certificazione non più valida) sosterranno un test di accertamento linguistico (*Assessment test, le cui date sono indicate nell'Allegato 2*) il cui esito positivo (ovvero ottenendo un livello di conoscenza della lingua inglese uguale o superiore a B2 in entrambe le sezioni dell'accertamento: Use of English e Listening Comprehension) consentirà l'accesso al test.

I candidati che non supereranno l'*Assessment test* potranno, se lo desiderano, accedere al test di ammissione al Corso di laurea in *Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche* (erogato in lingua italiana) senza il versamento di una ulteriore quota di partecipazione; viceversa l'*Assessment test* potrà essere ripetuto senza costi aggiuntivi anche nelle sessioni successive.

I candidati che non avendo superato l'*Assessment test* in una sessione lo ripetano con successo in una successiva dovranno effettuare anche il test per l'accesso al Corso di laurea in *Corporate Communication and Public Relations*. A questo scopo non potrà essere considerato valido il test eventualmente già superato per il Corso di laurea in *Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche* (erogato in lingua italiana).

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

In particolare:

- per la 1° sessione saranno ammessi solo i candidati con un punteggio non inferiore al 70% del valore massimo;

⁷ Tra quelle elencate e ottenuta con un punteggio pari o superiore a quello indicato tra parentesi: IELTS (5.5); Cambridge, First o Advanced e Linguaskill (160); TOEFL IBT (72)

⁸ Potranno iscriversi al test di Corporate Communication and Public Relations anche coloro i quali hanno superato l'*Assessment test* in una precedente sessione di test (non anteriore al 1° novembre 2022) con un esito almeno pari a B2.



- per l'ultima sessione saranno ammessi tutti i candidati sulla base della graduatoria definita con il punteggio ottenuto, fino ad esaurimento dei posti disponibili. I candidati con un punteggio inferiore al 70% del valore massimo eventualmente inclusi nella graduatoria potranno essere ammessi con l'attribuzione di OFA in specifiche materie. I criteri di attribuzione e le modalità di recupero degli OFA verranno determinati con successiva delibera del competente Consiglio di Facoltà;
- per la 2° o 3° sessione, a seconda del numero di posti ancora disponibili per lo specifico Corso di laurea, potrà essere alternativamente adottato il medesimo criterio della 1° sessione oppure anticipato quello dell'ultima sessione. Il criterio adottato per la 2° o la 3° sessione verrà comunicato sul portale d'Ateneo entro cinque giorni della data del test.

In occasione della prova di ammissione sarà possibile sostenere un *English Placement Test* facoltativo (la cui effettuazione non influenza in alcun modo il punteggio per l'ammissione) che, se superato con almeno l'80% delle risposte corrette, darà al candidato, una volta immatricolato, la possibilità di partecipare alla successiva prova di completamento della verifica del livello di padronanza della lingua inglese scritta e orale, che si svolgerà nel mese di settembre 2024. L'esito di tale prova potrà dare luogo, a seconda del livello raggiunto, all'esenzione o meno degli esami di Professional English III e/o Professional English IV.

Il solo superamento dell'English Placement Test con almeno l'80% delle risposte corrette non dà di per sé luogo ad alcuna esenzione o altro beneficio, ma consente unicamente di accedere alla successiva prova di accertamento linguistico scritta e orale. I candidati che non supereranno l'English Placement Test con almeno l'80% delle risposte corrette non potranno infatti partecipare alla prova di accertamento linguistico.

I candidati non esentati non avranno alcun titolo di demerito o debito rispetto alla propria carriera universitaria: semplicemente potranno frequentare i corsi di lingua inglese e sostenere i relativi esami, come per un qualunque altro insegnamento.

L'articolazione e la durata dei test per i diversi Corsi di laurea sono riportati nell'allegato 4 delle presenti Modalità di ammissione.

7. Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA)

Ai candidati ammessi a seguito dell'ultima sessione con un punteggio inferiore al 70% del valore massimo potrebbero essere assegnati degli OFA in specifiche materie. L'attribuzione di OFA non compromette in alcun modo la possibilità di immatricolarsi. I criteri di attribuzione, le modalità e i tempi di recupero degli OFA verranno determinati con successiva delibera dei rispettivi Consigli di Facoltà.

Il recupero degli OFA dovrà comunque avvenire entro e non oltre il termine del primo anno di corso (entro settembre 2025).

Agli immatricolati al Corso di laurea in *Corporate Communication and Public Relations* che si sono dichiarati non madrelingua italiana (o non in possesso di certificazione di conoscenza della lingua italiana pari almeno al livello B1) e/o cittadini non italiani saranno successivamente indicate le modalità per conseguire, entro il termine del percorso di studi, la richiesta idoneità attestante il possesso delle competenze per l'uso efficace della lingua italiana.

8. Pubblicazione esiti test di ammissione

La pubblicazione degli esiti è prevista nelle seguenti date:

- 1° sessione: 11 gennaio 2024
- 2° sessione: 26 marzo 2024
- 3° sessione: 6 giugno 2024
- 4° sessione: 25 luglio 2024



Le scadenze indicate potranno subire eventuali variazioni.

Di norma la comunicazione dell'esito avverrà via e-mail all'indirizzo comunicato dal candidato in fase di registrazione.

I candidati non ammessi potranno chiedere:

- di ripetere il test per lo stesso Corso di laurea, presentando in autonomia apposita domanda attraverso la [procedura online](#), senza alcun onere aggiuntivo. In questo caso il punteggio ottenuto in precedenza per quel Corso di studi si intende automaticamente azzerato;
- di non ripetere il test, chiedendo di essere inserito nella prima graduatoria utile per quel Corso di laurea, compilando apposita form che verrà inviata dalla Segreteria studenti a tutti i candidati non ammessi non prima dell'apertura dell'ultima sessione disponibile. In questo caso verrà considerato esclusivamente l'ultimo punteggio ottenuto (non necessariamente il più favorevole).

9. Conferma dell'iscrizione e immatricolazione

L'immatricolazione potrà essere effettuata attraverso i [Servizi di segreteria online](#) e si intende confermata solo con la ricezione da parte dell'Università IULM del pagamento della prima rata.

Gli ammessi dovranno perfezionare l'immatricolazione entro le seguenti scadenze:

- 1° sessione: dal 12 gennaio al 29 febbraio 2024
- 2° sessione: dal 27 marzo al 29 aprile 2024
- 3° sessione: dal 7 al 28 giugno 2024⁹
- 4° sessione: dal 26 luglio al 27 agosto 2024¹⁰

Per ciascuna sessione il candidato ammesso che non confermerà l'immatricolazione entro la rispettiva scadenza perderà ogni priorità derivante dalla sua posizione in graduatoria per quella sessione (e il posto a lui riservato potrà essere assegnato ad un altro candidato). Successivamente il candidato potrà chiedere:

- di ripetere il test per lo stesso Corso di laurea, presentando in autonomia apposita domanda attraverso la [procedura online](#), senza alcun onere aggiuntivo. In questo caso il punteggio ottenuto in precedenza per quel Corso di studi si intende automaticamente azzerato;
- di non ripetere il test, chiedendo di essere inserito nella prima graduatoria utile per quel Corso di laurea, compilando apposita form, che verrà inviata dalla segreteria studenti a tutti i candidati non ammessi non prima dell'apertura dell'ultima sessione disponibile. In questo caso verrà considerato esclusivamente l'ultimo punteggio ottenuto (non necessariamente il più favorevole).

Tutti gli immatricolati in attesa del superamento dell'esame di maturità si intendono iscritti "con riserva" e dovranno confermare, tramite i [Servizi di segreteria online](#), l'avvenuto conseguimento del Diploma indicando data e voto entro il 18 luglio 2024. Agli studenti che non provvederanno alla comunicazione dell'esito dell'esame di maturità entro il 18 luglio 2024 verrà annullata l'immatricolazione senza il diritto al rimborso della prima rata versata.

La prima rata versata verrà rimborsata solo in caso di mancato superamento dell'esame di maturità opportunamente documentato.

In via eccezionale la prima rata potrà inoltre essere parzialmente rimborsata nel caso in cui lo studente manifesti la volontà di rinunciare all'iscrizione prima di avere conseguito il titolo di studio e sia prevista ancora almeno una sessione di test di ammissione per il Corso di laurea di iscrizione dello studente: in questo caso, considerata la possibilità di riattribuzione del posto, sarà possibile l'annullamento dell'immatricolazione e il

⁹ In caso di potenziale saturazione dei posti disponibili, i termini per le immatricolazioni potrebbero essere indicati in termini più stringenti, onde consentire l'opportuno scorrimento della graduatoria.

¹⁰ vedi nota 9



rimborso parziale, pari al 50% della prima rata già versata, oltre al rimborso della tassa regionale per il Diritto allo studio, al netto dell'imposta di bollo di € 16,00.

In caso di superamento del test di ammissione i candidati che frequentano il quarto anno di Scuola secondaria superiore (ovvero i candidati frequentanti il terzo anno dei già richiamati percorsi quadriennali) potranno mantenere il punteggio ottenuto ed accedere ad una finestra di immatricolazione loro dedicata (novembre 2024) per iscriversi prioritariamente per l'a.a. 2025/26, con modalità che verranno comunicate nel mese di novembre 2024¹¹. I candidati ammessi che non si avvarranno della possibilità di iscriversi entro la chiusura della finestra di immatricolazione loro dedicata perderanno ogni diritto derivante dall'esito positivo della prova e, volendo immatricolarsi per l'a.a. 2025/26, dovranno sostenere nuovamente il test.

Corre l'obbligo di precisare che l'offerta formativa e/o le rette di iscrizione dell'a.a. 2025/26 potrebbero differire da quelle in essere per l'a.a. 2024/2025.

10. Scorrimento della graduatoria

Nel caso in cui il numero degli ammessi superi quello dei posti disponibili, gli ammissibili verranno inseriti, mantenendo la posizione della graduatoria, in una lista d'attesa. Qualora si verifichi parità di punteggio fra due o più candidati, l'ordine verrà stabilito sulla base del merito scolastico. Successivamente alla data di chiusura delle immatricolazioni per la specifica sessione, eventuali posti lasciati liberi da candidati ammessi che non abbiano proceduto all'iscrizione potranno essere assegnati agli ammessi in lista d'attesa secondo l'ordine di graduatoria (scorrimento della graduatoria).

In particolare, lo scorrimento della graduatoria, qualora se ne verifichi l'eventualità, verrà effettuato a partire dalle seguenti date:

- 2° sessione: dal 7 maggio 2024
- 3° sessione: dal 3 luglio 2024
- 4° sessione: dal 5 settembre 2024

Le scadenze indicate potranno subire eventuali variazioni.

In occasione dello scorrimento della graduatoria agli ammessi in lista d'attesa verrà comunicato il termine entro il quale confermare l'iscrizione, di norma non superiore a tre giorni lavorativi dalla comunicazione.

Con analoghe modalità, ulteriori scorrimenti potranno essere previsti a cascata qualora la lista d'attesa non si sia ancora esaurita e risultino ancora posti disponibili.

Al pari dei candidati ammessi, anche per quelli in lista d'attesa che non confermeranno l'iscrizione entro i termini previsti la posizione in graduatoria perderà ogni validità.

11. Test dedicato a studenti temporaneamente all'estero

I candidati italiani che, nel periodo di svolgimento del test, per eccezionali motivi (opportunosamente documentati) si trovano all'estero potranno sostenere il test facendone richiesta scrivendo a ammissioni.triennali@iulm.it.

¹¹ Il test superato dai candidati frequentanti il quarto anno di Scuola secondaria superiore è da considerarsi definitivo ai fini dell'immatricolazione nella finestra loro dedicata, e non può dunque essere ripetuto nemmeno parzialmente.



12. Candidati con disabilità e disturbo specifico di apprendimento (DSA), ADHD, Autismo

Al fine di garantire pari opportunità nello svolgimento delle prove, i candidati con disabilità, in possesso di un certificato di invalidità civile e/o riconoscimento dello stato di handicap ai sensi della Legge 104/92 e i candidati con Disturbo Specifico di Apprendimento (DSA), in possesso di certificazione DSA ai sensi della Legge 170/2010 dovranno caricare la documentazione in formato pdf durante la procedura on line di iscrizione al test. Gli studenti con ADHD e Autismo dovranno anch'essi caricare la documentazione attestante il disturbo nella procedura online. Tale documentazione dovrà essere in corso di validità e rilasciata a norma di legge. Per la concessione delle misure compensative/dispensative per il test di ammissione dovranno presentare, almeno 10 giorni prima dello svolgimento della prova, apposita istanza inviando una mail al servizio diversAMENTE.

Per ogni chiarimento o necessità si può fare riferimento all'Ufficio diversAMENTE all'indirizzo: diversamente@iulm.it tel. 02.891412200.

12. Trasferimenti da altri Atenei

I trasferimenti in ingresso al primo anno non sono, di norma, previsti per i Corsi di laurea per il cui accesso è previsto un test selettivo, mentre sono previsti per i Corsi di laurea il cui accesso non è selettivo, previa valutazione della carriera da parte della Segreteria studenti, scrivendo a ammissioni.triennali@iulm.it.

I trasferimenti in ingresso ad anni successivi al primo sono possibili previa valutazione della carriera da parte della Segreteria studenti, scrivendo a ammissioni.triennali@iulm.it.

È inoltre possibile l'ammissione al primo anno di studenti rinunciatari in altri Atenei, con possibilità di convalida degli esami già sostenuti previa valutazione della carriera da parte della Segreteria studenti, scrivendo a ammissioni.triennali@iulm.it.

13. Informativa sul trattamento dei dati personali

L'Università provvede al trattamento dei dati personali secondo quanto previsto dal Reg. UE 2016/679 (Regolamento Europeo per la protezione dei dati personali) e dal D.Lgs 196/03 e ss.mm.ii. Le informative relative a tutti i servizi sono accessibili a <https://www.iulm.it/it/servizio/privacy-policy>

14. Contatti

Ufficio Orientamento

Numero Verde: 800.363363

Per informazioni sui Corsi di laurea: infopoint@iulm.it

Per informazioni sulla procedura di ammissione ai test: ammissioni.triennali@iulm.it



Allegato 1

Riepilogo di termini e scadenze per l'a.a. 2024/2025

	Iscrizione al test	Corso di laurea	Date test	Pubblicazione esiti	Immatricolazioni
1° sessione	dal 2 al 27 novembre 2023	Arti ed eventi culturali Turismo, management e cultura	5 dicembre 2023	11 gennaio 2024	dal 12 gennaio al 29 febbraio 2024
		Comunicazione, media e pubblicità	6 dicembre 2023		
		Moda e industrie creative	11 dicembre 2023		
		Interpretariato e comunicazione Lingue, cultura e comunicazione digitale	12 dicembre 2023		
		Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche	14 dicembre 2023		
		Corporate Communication and Public Relations	15 dicembre 2023		
2° sessione	dal 28 novembre 2023 al 27 febbraio 2024	Comunicazione, media e pubblicità	7 marzo 2024	26 marzo 2024	dal 27 marzo al 29 aprile 2024*
		Arti ed eventi culturali Turismo, management e cultura	8 marzo 2024		
		Moda e industrie creative	11 marzo 2024		
		Interpretariato e comunicazione	12 marzo 2024		
		Lingue, cultura e comunicazione digitale	13 marzo 2024		
		Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche	14 marzo 2024		
		Corporate Communication and Public Relations	15 marzo 2024		
3° sessione	dal 28 febbraio** al 6 maggio 2024	Arti ed eventi culturali Turismo, management e cultura	13 maggio 2024	6 giugno 2024	dal 7 al 28 giugno 2024*
		Lingue, cultura e comunicazione digitale	14 maggio 2024		
		Comunicazione, media e pubblicità	15 maggio 2024		
		Interpretariato e comunicazione	16 maggio 2024		
		Moda e industrie creative	20 maggio 2024		
		Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche	22 maggio 2024		
		Corporate Communication and Public Relations	24 maggio 2024		



4° sessione	dal 7 maggio** al 4 luglio 2024	Arti ed eventi culturali Turismo, management e cultura	15 luglio 2024	25 luglio 2024	dal 26 luglio al 27 agosto 2024*
		Interpretariato e comunicazione	16 luglio 2024		
		Lingue, cultura e comunicazione digitale	17 luglio 2024		
		Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche Comunicazione, media e pubblicità Moda e industrie creative Corporate Communication and Public Relations	date da definire in base ai posti residui (se solo candidati di quarta 18 luglio 2024)		

*In caso di potenziale saturazione dei posti disponibili, i termini per le immatricolazioni potrebbero essere indicati in termini più stringenti, onde consentire l'opportuno scorrimento della graduatoria

**In caso di potenziale saturazione dei posti disponibili al termine della sessione, la data di apertura delle iscrizioni alla sessione successiva potrebbe essere posticipata di una settimana o più



Allegato 2

Date previste per l'Assessment test propedeutico al test di Corporate Communication and Public Relations

Sessione	Date
1° sessione	23 e 30 novembre 2023
2° sessione	21 febbraio 2024 e 4 marzo 2024
3° sessione	24 aprile 2024 e 10 maggio 2024
4° sessione	10 luglio 2024



Allegato 3

Date test di ammissione per studenti internazionali a.a. 2024/2025

	Iscrizione al test	Data test Oxford English	Data test	Pubblicazioni e esiti	Immatricolazioni
1° sessione	13 novembre 2023 – 23 novembre 2023	28 novembre 2023	1 dicembre 2023	18 dicembre 2023	18 dicembre 2023 – 10 gennaio 2024
2° sessione	28 novembre 2023 – 8 gennaio 2024	11 gennaio 2024	15 gennaio 2024	26 gennaio 2024	26 gennaio 2024 – 16 febbraio 2024
3° sessione	9 – 31 gennaio 2024	6 febbraio 2024	13 febbraio 2024	26 febbraio 2024	26 febbraio – 15 marzo 2024
4° sessione	1 – 26 febbraio 2024	29 febbraio 2024	4 marzo 2024	18 marzo 2024	18 marzo – 5 aprile 2024
5° sessione	27 febbraio – 27 marzo 2024	3 aprile 2024	9 aprile 2024	22 aprile 2024	22 aprile – 8 maggio 2024
6° sessione	30 marzo – 26 aprile 2024	3 maggio 2024	7 maggio 2024	17 maggio 2024	17 maggio – 31 maggio 2024

N.B. Il sostenimento del test di ammissione è possibile previa la verifica da parte della Segreteria Studenti della validità del titolo di studio ai fini dell'accesso ai Corsi di studio



Allegato 4

Date previste per le verifiche dei dati anagrafici preventive ai test d'ammissione

La tabella indica le date in cui si prevede l'effettuazione delle verifiche preventive dei dati anagrafici: l'effettivo momento di convocazione (data e ora) sarà comunicato via email con qualche giorno di anticipo. Le verifiche si svolgono online e hanno durata nell'ordine dei 5 minuti.

Sessione	Date
1° sessione	il giorno del test al mattino oppure il pomeriggio in una delle seguenti date: 21, 22 novembre 2023
2° sessione	il giorno del test al mattino oppure il pomeriggio in una delle seguenti date: 14, 15, 16, 22, 23 febbraio 2024
3° sessione	il giorno stesso del test al mattino oppure il pomeriggio in una delle seguenti date: 15,16,17, 22, 23 aprile 2024
4° sessione	Il giorno del test al mattino



Allegato 5
Tabella riepilogativa con i dettagli del test

Corso di Laurea	Materie	Totale domande	Durata test
Comunicazione, media e pubblicità	Inglese (30), comprensione del testo (10), grammatica italiana e sintassi (17), ragionamento critico verbale (8), ragionamento numerico (4), ragionamento logico (11) e cultura della comunicazione (10)	90 (60 conoscenze e competenze + 30 English Placement Test)	75 minuti (50 + 25)
Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche	Inglese (30), comprensione del testo (10), grammatica italiana e sintassi (17), ragionamento critico verbale (8), ragionamento numerico (4), ragionamento logico (11) e cultura della comunicazione d'impresa (10)	90 (60 conoscenze e competenze + 30 English Placement Test)	75 minuti (50 + 25)
Corporate Communication and Public Relations (test in lingua inglese)	Comprensione del testo (10), inglese (17), ragionamento numerico (4), ragionamento critico verbale (8), ragionamento logico (11) e cultura della comunicazione d'impresa (10)	60	50 minuti
	Assessment test Inglese superiore a B2 (PROVA FACOLTATIVA). Maggiori informazioni a questo link .	25 PROVA FACOLTATIVA	30 minuti PROVA FACOLTATIVA
	Assessment test Inglese B2 (Use of English + Listening) Oxford English Test (solo per gli studenti non in possesso di idonea certificazione della conoscenza dell'inglese di livello almeno B2)	45	80 minuti
Arti ed eventi culturali	Inglese (30), storia contemporanea (10 domande), storia dell'arte medievale (10) e storia dell'arte moderna e contemporanea (10), economia applicata all'arte e ad eventi culturali (10), comprensione del testo (3), grammatica italiana e sintassi(4), ragionamento critico verbale (3), ragionamento numerico (2) e ragionamento logico (8)	90 (60 conoscenze e competenze + 30 English Placement Test)	75 minuti (50 + 25)
Moda e industrie creative	Inglese (30), storia contemporanea (5), storia dell'arte moderna e contemporanea (15), cultura della moda (8), cultura del design (7), comprensione del testo (5), grammatica italiana e sintassi (10), ragionamento critico verbale (2), ragionamento numerico (2) e ragionamento logico (6)	90 (60 conoscenze e competenze + 30 English Placement Test)	75 minuti (50 + 25)
Turismo, management e cultura	Inglese (30), storia contemporanea (14), geografia (13), economia del turismo (13), comprensione del testo (3), grammatica italiana e sintassi (4), ragionamento critico verbale (3), ragionamento numerico (2) e ragionamento logico (8)	90 (60 conoscenze e competenze + 30 English Placement Test)	75 minuti (50 + 25)



Interpretariato e comunicazione	Inglese (70), seconda lingua (40), storia moderna e storia contemporanea (6), educazione civica (6), geografia (4), lingua italiana (22), ragionamento critico verbale (8) e cultura occidentale (4) + accertamento linguistico orale di entrambe le lingue	150 (40 conoscenze e competenze + 70 English Placement test + 40 Placement seconda lingua)	150 minuti** (60+60+30)
Lingue, cultura e comunicazione digitale	Inglese (30), seconda lingua (30), comprensione del testo (5), ragionamento critico verbale (10), ragionamento numerico (4) e ragionamento logico (11)	90 (30 conoscenze e competenze + 30 English Placement test + 30 Placement seconda lingua)	90 minuti*** (40+25+25)

**120 minuti (60 conoscenze +60 English placement) nel caso in cui il candidato si dichiara di livello "principiante" nella seconda lingua straniera

***65 minuti (40 conoscenze +25 English placement) nel caso in cui il candidato si dichiara di livello "principiante" nella seconda lingua straniera