guida ai corsi

anno accademico 2026/27

Guida introduttiva ai corsi di laurea triennale e magistrale

time to be you
time to be

IULM università iulm

IULM

università
iulm

L'Università è un'avventura.
È un punto di partenza.
È un'esplorazione continua.

ma anche
un viaggio
per trovare la
tua destinazione

Indice

IULM, dal 1968 una visione che diventa futuro 7
Vivere la IULM 11
I laboratori, dove la didattica prende forma 15
Oltre l'aula 16
Servizi agli studenti 18
IULM per Milano 20
Un viaggio, scegli tu la destinazione 22
Percorsi di studio 23
Lauree Triennali 25
Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale 26
Lingue, cultura e comunicazione digitale 28
Comunicazione, media e pubblicità 30
Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche 32
Arti ed eventi culturali 34
Turismo, management e cultura 36
Moda e industrie creative 38
Gli insegnamenti a scelta per i corsi di laurea triennale 40

Lauree Magistrali 42
Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale 44
Intelligenza Artificiale, impresa e società 48
Marketing, consumi e comunicazione 50
Strategic Communication 52
Televisione, cinema e new media 54
Arte, valorizzazione e mercato 56
Fashion Communication and Luxury Strategies 58
Hospitality and Tourism Management 60
Gli insegnamenti a scelta per i corsi di laurea magistrale 62

Dopo la laurea:
IULM Communication School 64
Verso il mondo delle professioni 65
Iscrizione e tasse 68

Campus di Milano
via Carlo Bo, 1

Polo di Roma
via dei Montecatini, 17

IULM, dal 1968 una visione che diventa futuro

IULM è un polo di eccellenza in Italia per la comunicazione, le lingue, l'arte, la moda, le industrie creative e il turismo. Oggi conta più di 8000 studenti, fra il Campus di Milano e il Polo di Roma.

L'Università IULM nasce nel 1968 dalla Fondazione Scuola Superiore per Interpreti e Traduttori, su impulso del Senatore Carlo Bo e del Professor Silvio Federico Baridon, come Istituto Universitario di Lingue Moderne (I.U.L.M.).

Nel 1998, con la nascita della Facoltà di Scienze della comunicazione e dello spettacolo, l'Ateneo ha assunto il nome di "Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM", per tutti "Università IULM".

Dal 1° novembre 2024 l'ateneo è guidato da Valentina Garavaglia, prima donna a ricoprire questo ruolo istituzionale.

L'Università IULM si colloca come punto di incontro tra mondo accademico e mercato del lavoro, forte di una vocazione orientata a integrare preparazione culturale e competenze professionali.

8000+
studenti immatricolati

91,8%
soddisfazione generale dei laureati VS 90,2% media nazionale*

300+
accordi internazionali

84,6%
di occupazione a 1 anno dalla Laurea Magistrale VS 78,6% media nazionale*

* Rapporto AlmaLaurea 2025

1 Un campus all'avanguardia e funzionale

IULM offre aule attrezzate con tecnologie avanzate, spazi per lo studio individuale e il co-working, per incentivare un'esperienza di apprendimento fondata su collaborazione, co-creazione e sperimentazione continua.

2 Offerta formativa continuamente aggiornata

Didattica innovativa, insegnamenti che riflettono l'evolversi della tecnologia e della società, un'attenzione rivolta a formare non solo i professionisti ma anche i cittadini del mondo e del domani. Così IULM forma laureati pronti ad accogliere le sfide del futuro.

3 Un impegno costante per la ricerca scientifica.

14 centri di ricerca e osservatori, 3 dipartimenti, oltre 100 progetti in corso tra nazionali, internazionali e competitivi. Questi i numeri di un'attività di ricerca che ispira conoscenza e sapere, al servizio dei nostri studenti e della società.

4 Un dialogo con il mondo del lavoro

Incontri con i professionisti, progetti con le imprese e le istituzioni, opportunità di studio in università straniere, concrete proposte di stage e placement creano connessioni quotidiane tra il sapere e il lavoro.

La linea del tempo

Vivere la IULM

IULM: il Museo diffuso della Comunicazione

Nel 2023 è stato inaugurato il TAM TAM – Museo diffuso della Comunicazione con l'opera di Ugo Nespolo Il Teatro delle Arti Mediali. Il Tam Tam ospita una raccolta di opere d'arte contemporanea tesa a consolidare il rapporto tra arte, architettura e comunicazione che si arricchisce periodicamente di nuove presenze ed è animata da una sezione dedicata alla Linea del tempo, che scandisce 52 tappe della storia della comunicazione umana . Il Museo si estende negli spazi interni ed esterni del campus lungo un percorso espositivo a carattere diffuso che mira a connettere in un tessuto unico l'Ateneo e il quartiere in cui è inserito, la Barona. Per info visita: **go.iulm.it/arte**

RadioIULM

RadioIULM è intrattenimento, informazione, cultura, musica, storytelling. Ogni giorno RadioIULM è alimentata dalla collaborazione tra studenti che permette di fare nuove amicizie e di sperimentare una realtà semi professionale, anche molto divertente!

casting@radioiulm.it

Centro Universitario Teatrale

III CUT IULM nasce come luogo di sperimentazione del teatro e dei suoi linguaggi, con l'intenzione di promuovere la creatività, le relazioni di gruppo e di avvicinare concretamente gli studenti alle pratiche dello spettacolo dal vivo.

Il CUT IULM propone agli studenti iscritti masterclass e seminari di recitazione, di messa in scena e di pratica teatrale in tutti i suoi aspetti, oltre a laboratori, attività di teatro sociale, mise en espace e collaborazioni con i teatri milanesi.

cut@iulm.it

Debate Club IULM

Si tratta di un'iniziativa creata dagli studenti per gli studenti e mira a diffondere - anche nel nostro Ateneo - la pratica del dibattito molto comune nelle università anglosassoni.

I partecipanti, affiancati da coach esperti, imparano a sostenere le idee, ad argomentarle in modo ordinato e convincente. Capacità trasversali imprescindibili per il percorso universitario e per la vita.

IULM Coro

Il Coro IULM nasce nel 2019 ed è composto da un gruppo di docenti, studenti, laureati e dipendenti dell'Università IULM che condividono la passione per il canto e per la musica.

coro@iulm.it

IULM Sport

Grazie alla partnership con il Centro universitario sportivo di Milano (CUS), IULM sostiene e incentiva la partecipazione attiva dei propri studenti alle attività sportive, sia a livello amatoriale sia agonistico. Gli studenti hanno infatti la possibilità di partecipare ai Campionati Milanesi Universitari maschili e femminili di diverse discipline sportive, tra cui calcio, basket e pallavolo. Al piano terra del Residence Santander si trova l'HUB di IULM Sport, un'area attrezzata, vero e proprio punto di ritrovo in cui lo sport diventa occasione di crescita personale e di inclusione.

iulmsport@iulm.it

Rappresentanza studentesca e Consiglio degli studenti

La centralità dello studente è per l'Università IULM non uno slogan, ma un valore che permea tutte le attività dell'Ateneo. Per questo IULM ha promosso l'istituzione del Consiglio degli studenti, che recepisce e dà voce alle istanze provenienti dagli studenti e dai loro rappresentanti, al fine di favorire la partecipazione della componente studentesca alla vita democratica dell'Ateneo.

rappresentanza.studentesca@iulm.it

IULM Pro–Athletes

Per lo studente-atleta, IULM ha pensato a un programma dedicato. Il programma IULM pro-Athletes premia sia l'impegno accademico sia i risultati sportivi, favorendo gli studenti atleti nel proseguimento degli studi.

dirittoallostudio@iulm.it

IULM per lo Sviluppo Sostenibile

L'Università IULM aderisce al programma dei 17 Sustainable Development Goals, ovvero degli obiettivi adottati dalle Nazioni Unite come parte dell'agenda 2030 per uno Sviluppo Sostenibile. L'impegno di IULM per la sostenibilità parte dalla consapevolezza che sono le piccole azioni a poter fare la differenza. Attuare dei comportamenti consapevoli ogni giorno è la chiave per ottenere dei risultati sostenibili a lungo termine. Lo IULM Sustainability Committee promuove l'educazione alla sostenibilità ambientale, implementando buone pratiche e programmi sugli SDGs sia per studenti sia per la cittadinanza.

sostenibilita@iulm.it

IULM per le Pari Opportunità

L'Università IULM promuove equità e inclusione con il Piano di Uguaglianza di Genere (GEP), articolato in quattro aree: parità di genere e inclusività nella cultura organizzativa, leadership ed equilibrio di genere nel reclutamento e nelle carriere, integrazione della dimensione di genere nella ricerca e nella didattica e contrasto alla violenza di genere, anche attraverso l'attivazione di un canale di ascolto dedicato. In Ateneo è disponibile una nursery dedicata alle giovani mamme.

pariopportunita@iulm.it

IULM Food Academy

Sotto la direzione scientifica del Prof. Nicola Sorrentino, IULM Food Academy è il luogo del cibo equilibrato, pensato per la promozione di un'idea di alimentazione corretta e di qualità.

I laboratori, dove la didattica prende forma

IULM AI Lab

Il laboratorio di Intelligenza Artificiale IULM AI Lab nasce con lo scopo di generare valore per il sistema aziendale e per il Paese, producendo cultura e idee attraverso un modello di diffusione aperta dell'innovazione legata al potenziale offerto dall'AI applicata al business.

IULM Movie Lab

IULM Movie Lab è un centro di produzione che spazia dalla creazione di concept pubblicitari alla realizzazione di veri e propri film d'impresa, dalla formulazione di proposte brevi e dinamiche per piattaforme web, alla stesura di brief e copy che sappiano rivolgersi a platee e audience eterogenee.

IULM Play

Piattaforma digitale per la fruizione di contenuti audiovisivi prodotti e realizzati in Ateneo. Un archivio costantemente aggiornato di tutto il materiale audiovisivo prodotto in IULM, che raccoglie e rende visibili i migliori contenuti audiovisivi realizzati dagli studenti.

Teatro di posa
Laboratorio multimediale

Spazi e attrezzature per la produzione audiovisiva multimediale integrata. In particolare vi si svolgono gran parte delle attività del corso di laurea magistrale in Televisione, Cinema e New Media.

IULM Studios
Cine, Video & Performing Arts

Laboratorio di didattica e produzione cinematografica, televisiva e teatrale, dotato di regia video e luci per la realizzazione di spettacoli e format televisivi.

2 laboratori
di traduzione simultanea

Dotati di tecnologia all'avanguardia nel campo dell'interpretariato di conferenza.

Oltre l'aula

Didattica residenziale

IULM offre agli studenti la possibilità di vivere esperienze didattiche al di fuori dalle aule tradizionali. Esperienze connotate da un approccio innovativo, immersivo e partecipante. Esperienze che avvengono in luoghi dal forte valore artistico e culturale, come possono essere per esempio musei, teatri, siti archeologici e storici in Italia e all'estero, imprese e territori. Gli studenti imparano osservando, progettando, confrontandosi con i docenti in un contesto stimolante. Apprendere sul campo consente di rafforzare relazioni autentiche tra gli studenti, promuove la collaborazione e la fiducia reciproca tra docenti e studenti, crea un clima fertile per la crescita personale.

Palestra linguistica

IULM, oltre a mettere a disposizione una piattaforma gratuita di autoapprendimento della lingua inglese (erogata sui livelli di conoscenza della lingua A2, B1 e C1), ha attivato i "corsi liberi", ovvero corsi di lingua gratuiti, ad accesso libero, facoltativi e integrativi alle attività di autoapprendimento, per consentire agli studenti di conseguire il livello di conoscenza della lingua necessario a frequentare con profitto l'insegnamento obbligatorio di English for Corporate Skills.

ilc@iulm.it

Badge of honour

In IULM imparare non significa solo studiare un libro e partecipare a una lezione. L' Ateneo è un luogo da vivere che crea ogni giorno opportunità di crescita. Per questo, unitamente all'attività didattica dei corsi di studio, IULM offre ai propri studenti momenti di approfondimento culturale su numerose tematiche, per arricchire ciò che viene da loro appreso a lezione e per ampliare gli orizzonti di interesse. Partecipare alle iniziative contrassegnate dal logo "Badge of honour" consente agli studenti di ottenere 1 punto in più in sede di esame di laurea.

Fondamenta

Fondamenta è un corso online valido per ottenere 6 CFU. Si tratta di un percorso che esplora dodici temi, presentati da docenti IULM in dialogo con riconosciuti esperti di levatura internazionale. Fondamenta vuole proporre una riflessione sul passato per costruire il futuro. Un percorso intellettuale fruibile gratuitamente anche per chi nella comunità civile vuole riflettere su ciò che siamo e sul nostro passato. Un'ulteriore testimonianza del ruolo che IULM vuole giocare per la società e nella società.

Per info visita: **www.iulm.it/it/fondamenta**

Servizi agli studenti

Orientamento, tutorato e counseling

L'ufficio Orientamento, tutorato e counseling offre un accompagnamento alla scelta del percorso universitario più adatto alle inclinazioni di ogni studente e, una volta avvenuta l'immatricolazione, propone un supporto di orientamento attraverso specifiche attività: colloqui individuali, in presenza o a distanza, Junior Winter School e Junior Summer School per gli studenti delle scuole superiori, cicli di lezioni su tematiche caratterizzanti ciascun Corso di Studi, in modo da favorire una scelta consapevole. I Peer Tutor, studenti senior, attraverso la loro esperienza offrono consigli sui metodi di studio, stimolano la socializzazione e forniscono indicazioni per orientarsi tra le diverse opportunità che l'Università offre.

Numero verde: 800 363 363
infopoint@iulm.it

DiversaMENTE: disabilità e DSA

Il servizio si occupa di prestare ascolto alle richieste degli studenti con disabilità e DSA, raccogliere i loro bisogni e sviluppare strategie di supporto all'apprendimento studiate caso per caso, per creare un ambiente accogliente e accessibile a tutti, offrendo servizi di supporto personalizzati. DiversaMENTE aiuta gli studenti a vivere al meglio la propria esperienza universitaria, garantendo pari opportunità e favorendo una comunità più inclusiva e solidale.

02 89141 2200
diversamente@iulm.it

Career service e rapporti con le imprese

L'Ufficio Career Service e Rapporti con le Imprese offre un servizio utile a favorire il contatto con aziende, enti e istituzioni in cerca di talenti. Propone percorsi di Career Advisory (individuali e in plenaria, in italiano e in lingua inglese) che riguardano creazione e revisione del CV e del profilo LinkedIn, simulazione di colloqui di selezione per posizioni di lavoro, assessment di carriera. Grazie alla collaborazione con imprese e organizzazioni partner, durante tutto l'anno accademico sono realizzati numerosi eventi di orientamento e di primo inserimento professionale quali: Career Fairs, Recruiting Days, Company Visits, etc.

careerservice.italia@iulm.it
stage@iulm.it

Mobilità internazionale

Attraverso i programmi di mobilità Erasmus, Exchange, Semester Abroad, Summer Session, IULM incoraggia i suoi studenti ad arricchire il proprio percorso formativo in contesti internazionali. Offre periodi di studio e di tirocinio all'estero, grazie alla propria rete di contatti in continua espansione, che si consolida in accordi di scambio, doppi diplomi, collaborazioni e partnership con più di 300 tra Università, Istituzioni, Aziende e Organismi Internazionali.

02 89141 2345
erasmus@iulm.it - internship@iulm.it

Tasse, contributi e Diritto allo studio

L'Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio eroga servizi che favoriscono l'accesso, la frequenza e la regolarità degli studi agli studenti capaci, meritevoli e privi di mezzi. Tra i servizi erogati ricordiamo le borse di studio, il servizio alloggio, il servizio ristorazione, le integrazioni per la mobilità internazionale, le integrazioni per studenti con disabilità e le sovvenzioni straordinarie.

02 89141 2890
dirittoallostudio@iulm.it - fascia.contributiva@iulm.it

IULM Alloggi

Il Residence Santander offre 70 camere doppie e 4 singole per persone con disabilità. Una zona giorno con ampie sale studio, uno spazio di aggregazione Our Lounge e un "Coffee corner". La Residenza Cascina Moncucco offre 38 camere doppie di cui 5 destinate a persone con disabilità, oltre ad attività culturali e formative aperte al territorio. L'accesso alle residenze è regolamentato da un bando gestito dall'Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo Studio, che, solitamente, viene pubblicato entro il mese di giugno di ogni anno.

dirittoallostudio@iulm.it

IULM per Milano

Grazie a numerose attività rivolte alla cittadinanza, IULM contribuisce a diffondere cultura e conoscenza, rafforzando il legame con il quartiere e con la città, collaborando al consolidamento del ruolo di Milano come capitale della creatività, del talento e della formazione di eccellenza.

IULM for The City

IULM organizza cicli di lezioni gratuite, aperte alla città, tenute da testimoni d'eccezione su alcuni temi legati al mondo della comunicazione, dell'AI, delle arti e del territorio.

go.iulm.it/iulmforthecity

Volontariato e solidarietà

IULM ha attivato progetti di didattica residenziale solidale presso enti e istituzioni impegnati nel sociale. In questo scenario, la Terza Missione rappresenta un asse strategico per l'università di domani.

Spazi aperti alla cittadinanza

L'Ateneo, con il patrocinio del Comune di Milano, mette a disposizione di giovani musicisti, cantanti e creativi un'area di 200 mq da utilizzare per prove e performance. Tramite un'apposita piattaforma è possibile inoltrare una candidatura ed essere selezionati per concordare le date in cui fruire degli spazi.

opencall.iulm.it

Terza Missione

L'organizzazione di mostre, di concerti e spettacoli dal vivo, di festival e rassegne, sono ulteriori attività che contribuiscono alla missione sociale e culturale di IULM per Milano.

Le "settimane" di Milano

L'Ateneo è sempre presente nel palinsesto di Bookcity con eventi ad hoc organizzati dai docenti del nostro Ateneo, Pianocity con i concerti dentro e fuori dal Campus e Museocity, con gli itinerari delle opere d'arte ospitate in IULM.

Un viaggio, scegli tu la destinazione

Scuola secondaria
di secondo grado

Corsi di laurea
triennale (3 anni)

Corsi di laurea
magistrale (2 anni)

Master universitari
di 1º livello (1 anno)

Master universitari
di 2º livello (1 anno)

Dottorato
di ricerca (3 anni)

Mondo
del lavoro

Percorsi di studio

7 Corsi di Laurea Triennale
8 Corsi di Laurea Magistrale
30 + Master Universitari
Specialistici ed Executive
2 Dottorati di Ricerca

Facoltà di Interpretariato e traduzione

Lauree triennali:

- Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale
- Lingue, cultura e comunicazione digitale

Laurea magistrale:

- Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale

Facoltà di Comunicazione

Lauree triennali:

- Comunicazione, media e pubblicità
- Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche
  In italiano e inglese - Dual Degree

Lauree magistrali:

- Televisione, cinema e new media
  Dual Degree
- Strategic Communication
  In inglese - Dual Degree
- Marketing, consumi e comunicazione
  In italiano e inglese
- Intelligenza Artificiale, impresa e società

Facoltà di Arti, moda e turismo

Lauree triennali:

- Arti ed eventi culturali
- Moda e industrie creative
- Turismo, management e cultura

Lauree magistrali:

- Arte, valorizzazione e mercato
- Hospitality and Tourism Management
  In inglese - Dual Degree
- Fashion Communication and Luxury Strategies
  In inglese

Lauree Triennali

facoltà di Interpretariato e traduzione

Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale

Lingue, cultura e comunicazione digitale

facoltà di Comunicazione

Comunicazione, media e pubblicità

Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche ita/eng

facoltà di Arti, moda e turismo

Arti ed eventi culturali

Moda e industrie creative

Turismo, management e cultura

Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale

Perché studiare in IULM

L'Università IULM vanta una lunga tradizione nell'insegnamento delle tecniche dell'interpretariato e della traduzione linguistica. Questo è il motivo per cui l'Ateneo è anche un attento precursore di tendenze che, in mondo sempre più globalizzato, vedono lo sviluppo di competenze linguistiche a livello avanzato intrecciarsi con almeno altre due capacità. Da un lato, la profonda comprensione delle dinamiche interculturali e dall'altro lato, il saper padroneggiare le tecnologie digitali e gli strumenti di intelligenza artificiale che possono supportare e valorizzare oggi le attività del traduttore. IULM offre dunque una formazione fondata su basi riconosciute nel tempo e aggiornata in termini di pratica professionale (come nel caso delle tecniche di traduzione collaborativa) e di interazioni uomo-macchina.

Cosa si studia

Nel corso di Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale si studiano almeno due lingue europee che sono, oltre all'inglese, il francese, lo spagnolo e il tedesco. Di queste lingue, vengono approfondite le tecniche della traduzione, della mediazione e dell'interpretariato. Il corso di studio ha tre indirizzi di specializzazione:

- **Interpretariato e tecniche della traduzione.** Viene affinato lo studio delle tecniche legate all'interpretazione simultanea e alle nuove tecniche di traduzione, oltre alla conoscenza degli strumenti informatici e di intelligenza artificiale necessari per lo svolgimento della professione.
- **Lingue emergenti e competenze interculturali.** Fornisce gli strumenti necessari per operare in un contesto multiculturale come cittadini globali, aggiungendo lo studio di una terza lingua a scelta fra l'arabo, il cinese e il russo.
- **Mediazione linguistica per il marketing e le aziende.** Coniuga lo studio delle lingue con la conoscenza delle realtà aziendali nelle quali potranno essere impiegate e quindi aggiunge gli insegnamenti di economia, marketing e comunicazione d'impresa.

Al II anno gli studenti sceglieranno il curriculum che più si adatta alle loro aspirazioni professionali.

Come si studia

L'insegnamento delle lingue è fortemente esperienziale con insegnamenti di tipo laboratoriale per complessive 320 ore. I laboratori vengono impartiti a classi composte da un massimo di 25 studenti, al fine di valorizzare un dialogo continuo ed efficace tra docenti e studenti. IULM è attiva nell'insegnamento delle lingue dal 1968 quindi vanta un'esperienza di lunga data ed è attenta all'impiego di un metodo didattico partecipativo, innovativo ed efficace. La faculty è composta in prevalenza da docenti madrelingua al fine di proporre un insegnamento di qualità.

Sbocchi professionali

I laureati in Mediazione, interpretariato e comunicazione interculturale possono lavorare in tutti gli ambiti in cui è espressamente richiesta la conoscenza delle lingue straniere. Dalle multinazionali, agli enti pubblici, al turismo, alla comunicazione, alla moda e agli eventi culturali. A titolo di esempio, potranno operare come mediatori linguistico-culturali presso enti e istituzioni pubbliche o private, nelle ONG e nelle associazioni di terzo settore.

insight

posti disponibili: 250
crediti: 180
lingua: italiano
test di valutazione della preparazione iniziale

piano degli studi

1º anno comune

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione I	12
Competenze comunicative lingua inglese I	
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese I	
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione I	12
Competenze comunicative seconda lingua I	
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua I	
Cultura inglese I	6
Cultura della seconda lingua I	6
Scienze del linguaggio per la mediazione	12
Teoria della mediazione, della traduzione e dell'interpretariato	
Prassi della mediazione, della traduzione e dell'interpretariato	
Linguistica generale	
Cultura italiana contemporanea	12
Registri e tecniche di oralità e scrittura	
Laboratorio di scrittura	

2º anno

- **comune ai tre indirizzi**

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione II	12
Competenze comunicative lingua inglese II	
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese II	
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione II	12
Competenze comunicative seconda lingua II	
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua II	
Cultura inglese II	6
Variazione linguistica della lingua inglese	
Culture del mondo anglofono	
Cultura della seconda lingua II	6
Variazione linguistica della seconda lingua	
Culture del mondo francofono/ispanofono/germanofono	
Traduzione e Intelligenza Artificiale	6
Storia delle relazioni internazionali	6

- **Curriculum: Interpretariato e tecniche della traduzione**

Laboratorio di interpretazione simultanea I - lingua a scelta	6
Laboratorio di strumenti informatici per la traduzione e l'interpretariato	6

- **Curriculum: Lingue emergenti e competenze multiculturali**

Laboratorio di terza lingua I (arabo, cinese, russo)	6
Cultura della terza lingua (arabo, cinese, russo)	6

- **Curriculum: Mediazione linguistica per il marketing e le aziende**

Economia delle aziende e dei mercati internazionali	6
Psicologia della comunicazione e del lavoro	6

attività formative a scelta	6

3º anno

- **comune ai tre indirizzi**

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di lingua inglese e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione III	12
Competenze comunicative lingua inglese III	
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione inglese III	
Laboratorio di seconda lingua e tecniche di mediazione, interpretariato e traduzione III	12
Competenze comunicative seconda lingua III	
Laboratorio di mediazione, interpretariato e traduzione seconda lingua III	
Processi interculturali	6

- **Curriculum: Interpretariato e tecniche della traduzione**

Laboratorio di interpretazione simultanea II - lingua a scelta	6
Laboratorio di traduzione collaborativa	6

- **Curriculum: Lingue emergenti e competenze multiculturali**

Laboratorio di terza lingua II (arabo, cinese, russo)	6
Antropologia culturale, multiculturalità e cittadinanza globale	6

- **Curriculum: Mediazione linguistica per il marketing e le aziende**

Marketing e comunicazione d'impresa	6
Laboratorio di public speaking e comunicazione efficace	6

attività formative a scelta	6
Prova finale (elaborato scritto)	6

Le lezioni dei laboratori di lingua professionalizzanti si svolgono presso l'Istituto di Alti Studi SSML Carlo Bo, ente riconosciuto per la didattica delle lingue nell'ambito della mediazione, dell'interpretariato e della traduzione.

Lingue, cultura e comunicazione digitale

Perché studiare in IULM

Lingue, cultura e comunicazione digitale è un percorso di studi innovativo e unico nel panorama formativo universitario in Italia. In questo corso il sapere umanistico si intreccia con una concreta conoscenza delle tecnologie digitali e con una solida preparazione nel campo delle lingue e della comunicazione. Il corso forma professionisti in grado di sviluppare modi ibridi e interattivi per produrre e diffondere il sapere umanistico. Un percorso nato su stimolo di un mondo professionale che guarda con sempre più interesse a laureati formati all'insegna dell'interdisciplinarietà.

Cosa si studia

Il corso di studio prevede lo sviluppo delle competenze in tre ambiti:

- umanistico con insegnamenti di letterature straniere, italiana e comparate, di filosofia e storia. Ciò serve a sviluppare pensiero critico e uno sguardo profondo in grado di cogliere le pieghe della complessità del mondo in cui viviamo;
- digitale e multimediale per apprendere metodi e progettare strumenti di comunicazione che offrano a più persone l'opportunità di fruire del sapere umanistico;
- linguistico con lo studio di due lingue straniere, l'inglese e una lingua a scelta tra lo spagnolo, il francese e il tedesco.

Come si studia

La didattica di questo corso di studio valorizza il rapporto docente-studente grazie alla creazione di piccoli gruppi-aula dove il dialogo diventa l'elemento fondamentale per la formazione. Per l'insegnamento delle lingue straniere la suddivisione degli studenti in gruppi di piccole dimensioni consente di massimizzare l'efficacia e i risultati. Infine gli insegnamenti nell'area digitale prevedono solo il 30% di lezioni frontali, poiché il 40% è dedicato a imparare a utilizzare le applicazioni digitali e web. Il restante 30% è dedicato a veri e propri laboratori per testare nella pratica le conoscenze acquisite.

Sbocchi professionali

Avvantaggiati dalle competenze linguistiche e tecnologiche acquisite nel triennio, i laureati possono lavorare come digital producer in azienda, nei musei, nelle fondazioni e nell'editoria, possono collaborare con istituti di formazione, istituti culturali, musei, biblioteche e fondazioni di cultura. Inoltre i laureati possono lavorare come ideatori e collaboratori nella creazione di percorsi di promozione culturale, mostre, corsi di approfondimento, presentazioni, eventi culturali. Possono altresì collaborare con le imprese, grazie alle loro competenze linguistiche e comunicative, nelle dinamiche di relazione con l'estero, nei processi di comunicazione interna o di comunicazione esterna.

insight

posti disponibili: 100

crediti: 180

lingua: italiano

test di valutazione della preparazione iniziale

piano degli studi

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Letteratura e linguaggi narrativi I - Inglese	6
Letteratura e linguaggi narrativi I - Francese/ Spagnolo/Tedesco	6
Filosofia della globalizzazione	6
Laboratorio di scrittura in lingua italiana	6
Lingua inglese I	9
Competenze comunicative lingua inglese I	
Lingua Inglese I per la comunicazione digitale	
Lingua francese/spagnola/tedesca I	9
Competenze comunicative lingua francese/spagnola/tedesca I	
Lingua francese/spagnola/tedesca I per la comunicazione digitale	
Storia contemporanea e altri linguaggi	6
Laboratorio di progettazione digitale I	9
Introduzione alle Digital Humanities	
Editoria, libri e riviste digitali	
attività formative a scelta	3

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Linguistica per la comunicazione digitale	12
Linguistica computazionale	
Strategie di lettura, apprendimento e metacognizione	
Letteratura e linguaggi narrativi II - Inglese	6
Letteratura e linguaggi narrativi II - Francese/ Spagnolo/Tedesco	6
Letteratura e linguaggi narrativi - Italiano	6
Lingua inglese II	9
Competenze comunicative lingua inglese II	
Lingua Inglese II per la comunicazione digitale	
Lingua francese/spagnola/tedesca II	9
Competenze comunicative lingua francese/spagnola/tedesca II	
Lingua francese/spagnola/tedesca II per la comunicazione digitale	
Laboratorio di progettazione digitale II	9
Archivi e risorse digitali	
Cultura digitale: mostre digitali e percorsi culturali	
attività formative a scelta	3

3º anno

attività formative vincolate	cfu
Lingua inglese III	9
Competenze comunicative lingua inglese III	
Lingua Inglese III per la comunicazione digitale	
Lingua francese/spagnola/tedesca III	9
Competenze comunicative lingua francese/spagnola/tedesca III	
Lingua francese/spagnola/tedesca III per la comunicazione digitale	
Letteratura, narrazioni e sistemi digitali	12
Letteratura, scritture e immaginazione	
Comunicazione digitale e società	
Digital workshop	12
Metodi, tecniche e strumenti di comunicazione digitale	
Laboratorio di narrazione multimediale	
Strategie comunicative dei nuovi media	6
attività formative a scelta	6
prova finale	6

Comunicazione, media e pubblicità

Perché studiare in IULM

I media, a partire da quelli più tradizionali come la stampa, la radio e la televisione, a quelli più innovativi, come i social media, richiedono la capacità di saper creare e adattare stili di comunicazione testuale e visiva. L'Università IULM si conferma da molti anni un luogo di costante sperimentazione delle conoscenze e delle competenze nell'ambito della comunicazione, della pubblicità e dei media attraverso questo corso di studio.

Cosa si studia

Gli studenti imparano come funzionano oggi i canali e le piattaforme di comunicazione, con particolare attenzione ai settori cinema, radio, televisione, giornalismo, teatro, nonché al mondo digitale dei social media e dell'intelligenza artificiale. Gli insegnamenti del corso sono focalizzati su:

- la creazione di contenuti e la loro diffusione. Questo richiede abilità linguistiche e narrative e una buona dose di creatività. Ne sono esempi gli insegnamenti di creatività pubblicitaria, scrittura creativa e comunicazione digitale;
- l'analisi delle tendenze in atto nelle piattaforme digitali e di come le persone fruiscono i contenuti, per esempio con la realtà virtuale e aumentata. Vi sono insegnamenti di sociologia dei media, psicologia, sistemi informativi e trend digitali;
- le soft skills che mirano a formare professionisti che sappiano organizzare, comprendere, analizzare e risolvere problemi nelle industrie creative. A questo proposito gli insegnamenti del corso di studio mirano a sviluppare pensiero critico e spirito d'iniziativa.

Come si studia

Gli insegnamenti teorico-critici sono affiancati da una ricca pratica laboratoriale, attenta alla costante evoluzione del mercato e delle professioni. Il percorso didattico è dinamico e stimolante, volto a consolidare l'apertura mentale. L'intelligenza creativa è stimolata, come qualità sempre più richiesta dal mondo dei media, dello spettacolo e della comunicazione digitale. Diversi sono i luoghi dove la didattica prende forma: gli studi di Radio IULM, il centro di produzione audiovisiva degli IULM Studios, il Centro Universitario Teatrale all'interno dell'Ateneo. Negli anni la pratica laboratoriale è uscita dal campus IULM, con esperienze al Festival del Cinema di Venezia e al Festival di Sanremo a titolo di esempio.

Sbocchi professionali

I laureati hanno uno sbocco privilegiato nel mondo dei media e delle industrie creative in qualità di autori e gestori di contenuti per i media digitali e la pubblicità, nell'organizzazione della produzione televisiva, radiofonica, cinematografica e teatrale, nonché nell'organizzazione e gestione di eventi culturali e di spettacoli dal vivo.
I principali sbocchi professionali sono assistenti di redazione e di produzione cinematografica, radiofonica e televisiva, videomaker, social e digital manager per i media, le istituzioni e le imprese creative, redattore e autore di testi per radio, cinema e TV, organizzatore di spettacoli e di eventi culturali dal vivo, assistente creativo in pubblicità.

insight

posti disponibili: 530
crediti: 180
lingua: italiano
test: selettivo

piano degli studi

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Sociologia dei media	6
Linguaggi del web	12
Comunicazione digitale	
Laboratorio di social media	
Linguaggi del corpo e della voce	12
Teatro moderno e contemporaneo	
Comunicazione radiofonica	
Sistemi informativi e trend digitali	6
Linguaggi della pubblicità	6
Linguaggi del cinema	6
Analisi dei testi mediali	6
Laboratorio di scrittura per i media	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Storia contemporanea	6
Storia e culture del cinema	9
Storia del cinema	
Un insegnamento a scelta tra:	
Estetica del cinema	
Marketing del cinema	
Storia e linguaggi della TV	9
Comunicazione pubblica e politica	6
Psicologia della comunicazione audiovisiva e neuromarketing	6
Diritto della proprietà intellettuale	6
English for Corporate Skills	6
attività formative a scelta	12

3º anno

attività formative vincolate	cfu
Linguaggi del giornalismo	9
Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico	
Un insegnamento a scelta tra:	
Reportage televisivo	
Raccontare la cronaca nel web	
Letteratura e media	9
Un insegnamento a scelta tra:	
Laboratorio di musica per i media	6
oppure Laboratorio di creatività pubblicitaria	6
Economia politica e dei media	9
Metodologia e tecnica della ricerca sociale	9
Arti e comunicazione	6
attività formative a scelta	6
prova finale	6

Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche

Perché studiare in IULM

Oggi, per crescere in scenari dinamici e competitivi, le organizzazioni sia private sia pubbliche devono adottare strategie per raccontare chi sono e cosa fanno, per rafforzare immagine, identità e brand, per aumentare visibilità e reputazione. Per questi motivi, il corso forma professionisti con le competenze necessarie a gestire i processi relazionali, a sviluppare strategie e piani di comunicazione, a orchestrare molteplici linguaggi e canali di comunicazione, da quelli più tradizionali a quelli digitali e più innovativi basati sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale.

Il Corso prevede **due curricula** (uno in **lingua italiana** e uno in **lingua inglese**) e offre l'opportunità di conseguire un Dual Degree presso la Dublin Business School (Dublino, Irlanda) oppure la Royal Roads University (Victoria, British Columbia, Canada). La vocazione internazionale del Corso di Laurea è accentuata dai numerosi programmi di mobilità internazionale e dalla possibilità di svolgere stage e tirocini anche all'estero.

Cosa si studia

Gli insegnamenti del corso di laurea ruotano attorno a tre principali assi tematici:

- basi economico-manageriali per comprendere come le organizzazioni complesse funzionano e devono essere governate (come per esempio organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane, economia aziendale, statistica e ricerca di mercato);
- lettura del contesto e degli interlocutori per analizzare e interpretare i cambiamenti nell'ambiente circostante, nonché le dinamiche individuali e sociali che interessano i consumatori e la società nel complesso (come per esempio sociologia dei media, psicologia dei consumi e neuromarketing, storia dell'economia e della politica contemporanea);
- gestione della comunicazione per sviluppare abilità professionali e competenze gestionali per governare canali e processi relazionali (come per esempio linguaggi della pubblicità, laboratorio di scrittura professionale e social media management per la comunicazione d'impresa).

Come si studia

Una caratteristica distintiva del Corso è il bilanciamento del sapere con il saper fare reso possibile dall'integrazione tra didattica frontale, che garantisce una solida preparazione teorica, con esercitazioni, project work proposti da aziende, workshop professionalizzanti ed esperienze di didattica residenziale in stretto contatto con professionisti che operano sul campo. Tutti gli insegnamenti pongono estrema attenzione ai cambiamenti tecnologici, offrendo laboratori ed esperienze immersive.

Sbocchi professionali

I laureati in Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche potranno lavorare in molteplici ruoli all'interno di imprese, organizzazioni pubbliche, agenzie specializzate in servizi di comunicazione, di pubblicità, di relazioni pubbliche, di organizzazione di eventi, di digital communication, di influencer marketing, di content marketing. A titolo di esempio, possiamo menzionare come sbocchi professionali quelli di junior product e brand manager, sales account, social media manager, media planner, event manager, addetto alle relazioni con i media, crisis communication manager e specialista di comunicazione interna.

insight

Dual Degree
lingua: italiano
posti: 480
test: selettivo

lingua: inglese
posti: 260
test: selettivo

piano degli studi

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Sociologia dei media	9
Economia aziendale	9
Comunicazione d'impresa	9
Sistemi informativi e trend digitali	6
Sociologia generale	6
Linguaggi della pubblicità	6
Semiotica	6
Storia dell'economia e della politica contemporanea	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Psicologia dei consumi e neuromarketing	9
Marketing	9
Statistica e ricerche di mercato	9
Sociologia dei consumi e cultura d'impresa	6
Laboratorio di scrittura professionale	9
Social Media management per la comunicazione d'impresa	6
English for Corporate Skills	6
attività formative a scelta	12

3º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di Relazioni pubbliche	6
Economia politica	9
Laboratorio di Comunicazione pubblica e Public Branding	6
Organizzazione d'impresa e gestione delle risorse umane	6
Istituzioni di diritto pubblico e privato	6
Laboratorio di creatività	6
Un insegnamento a scelta tra:	
Creatività e progettazione	
Tecniche di creatività pubblicitaria	
Partnership e gestione degli eventi	6
attività formative a scelta	6
prova finale	6

1º anno Inglese

attività formative vincolate	cfu
Sociology of Media	9
Management	9
Corporate Communication	9
Information Systems and Digital Trends	6
Sociology	6
Advertising	6
Semiotics	6
History of Contemporary Economics and Politics	6

2º anno Inglese

attività formative vincolate	cfu
Consumer Psychology and Neuromarketing	9
Marketing	9
Statistics and Market Research	9
Sociology of Consumption and Corporate Culture	6
Professional Writing (workshop)	9
Social Media Management for Corporate Communication	6
Public Speaking	6
attività formative a scelta	12

3º anno Inglese

attività formative vincolate	cfu
Public Relations (workshop)	6
Economics	9
Communication Management in Public Sector (workshop)	6
Organizational Theories & HR Management	6
Introduction to Public and Private Law	6
Creativity Workshop	6
A choice between:	
Creativity and Design	
Creativity and Advertising	
Partnership and Event Management	6
attività formative a scelta	6
prova finale	6

Arti ed eventi culturali

Perché studiare in IULM

Il mondo dell'arte e degli eventi culturali sta cambiando profondamente, sotto la spinta delle trasformazioni digitali, ambientali, economiche e sociali. A chi entra oggi in questo settore si richiede un mix di competenze umanistiche, progettuali e comunicative, unite a flessibilità e visione.
I laureati in Arti ed eventi culturali acquisiscono competenze trasversali che consentono loro di accedere al mondo del lavoro con gli strumenti necessari per affrontare diversi ambiti professionali, quali l'organizzazione e la promozione di mostre, festival, concerti e altri tipi di eventi, anche attraverso i canali digitali. Sono in grado di gestire risorse, budget e collaborazioni nell'ambito di progetti artistici e culturali, di curare esposizioni e collezioni, di seguire la comunicazione sui social media e sui siti web e di sviluppare campagne. Possono inoltre offrire supporto strategico a enti pubblici e privati attivi nel settore culturale e artistico.

Cosa si studia

Uno dei principali punti di forza di questo corso di studio è l'approccio multidisciplinare, che permette di acquisire un ventaglio molto ampio di competenze. Gli insegnamenti ricadono nelle seguenti aree:

- artistico-culturale. Vengono insegnate le basi storiche, psicologiche e sociologiche delle arti e della cultura al fine di formare professionisti con competenze di cooperazione e dialogo interculturale;
- organizzativo-produttiva. Gli insegnamenti forniscono gli elementi manageriali, economici e giuridici per gestire le attività culturali anche alla luce della transizione digitale, così come della sostenibilità sociale e ambientale;
- linguistico-comunicativa. Gli studenti si focalizzano sul marketing, sull'organizzazione di eventi e sulle competenze comunicative adatte per valorizzare il sistema culturale, soprattutto in ottica digitale per intercettare nuovi segmenti di pubblici fruitori.

Come si studia

La didattica in questo corso di studio è organizzata in modo da offrire un equilibrio tra teoria e pratica. Alle lezioni frontali, durante le quali vengono approfonditi i contenuti teorici, si affiancano attività laboratoriali con le tante istituzioni culturali – musei, festival, teatri, organizzazioni culturali - e i professionisti – curatori, giornalisti, direttori di istituzioni culturali – con cui IULM dialoga costantemente.

Questa integrazione permette agli studenti di mettere in pratica le competenze acquisite, come la pianificazione di eventi, la comunicazione digitale per le arti, la promozione culturale e la gestione di progetti artistici. Progetti, incontri e workshop sono organizzati per stimolare la creatività e favorire il lavoro di squadra, con l'obiettivo di simulare situazioni reali del mondo degli eventi culturali.

Stage e tirocini, in Italia e all'estero, sono parte integrante del percorso formativo, grazie alla collaborazione con musei, teatri, organizzazioni culturali e aziende del settore.

Sbocchi professionali

Questo corso di studio è dunque pensato per coloro che intendono lavorare nei molteplici ambiti dell'arte e degli eventi: dalla progettazione e comunicazione di mostre, festival e rassegne, alle diverse funzioni curatoriali e gestionali di musei, fondazioni, teatri e spazi espositivi; dalla produzione di contenuti editoriali e giornalistici, al marketing culturale, al fundraising. Il percorso apre anche a ruoli nelle direzioni comunicazione, arte e cultura di aziende che, pur non appartenendo al settore culturale, investono oggi nella cultura come leva strategica.

insight

posti disponibili: 250
crediti: 180
lingua: italiano
test di valutazione della preparazione iniziale

piano degli studi

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Storia dell'arte medievale	6
Arti visive contemporanee	12
Storia dell'arte contemporanea	
Arte e media	
Laboratorio di comunicazione digitale per le arti	6
Cultura e media	6
Giornalismo culturale	
Media relations	
Marketing e management dell'arte e degli eventi	6
Management per l'arte e la cultura	
Marketing degli eventi e delle attività culturali	
Moda ed eventi	12
Moda e arte	
Sociologia degli eventi	
Musei, interculturalità, inclusività	6
attività formative a scelta	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Il sistema dello spettacolo	12
Teatro e arte	
Produzione e organizzazione della musica contemporanea	
Laboratorio di creazione dei progetti culturali	
Storia dell'arte moderna	6
Economia della cultura e dell'arte	6
Storia contemporanea	6
Storia contemporanea	
Italia contemporanea	
Comunicazione per l'arte e gli eventi	12
Comunicare l'arte	
Mostre ed eventi culturali	
Diritto delle attività culturali	6
English for Corporate Skills	6
attività formative a scelta	6

3º anno

attività formative vincolate	cfu
Estetica	6
Psicologia dell'arte	6
Storia della critica delle arti	12
Storia della critica d'arte	
Cinema e arte	
Forme d'impresa culturale ed eventi	6
Laboratorio di teoria e tecnica della fotografia	6
Art Direction di festival culturali	6
Stage di competenze professionali	6
attività formative a scelta	6
prova finale	6

Turismo, management e cultura

Perché studiare in IULM

L'Università IULM vanta un'esperienza ventennale nella formazione nel campo del turismo, poiché è stato il primo ateneo in Italia ad attivare un corso di laurea su questi temi. Nel 2024, IULM si è posizionata fra i primi 110 atenei al mondo nel settore Leisure and Hospitality. In questo corso, il turismo è studiato utilizzando gli strumenti del management e della cultura, quali dimensioni imprescindibili per chi vuole lavorare nel settore, soprattutto italiano, fortemente legato alla gestione dei patrimoni culturali, come le città d'arte e i borghi, ma anche i festival e le manifestazioni enogastronomiche. L'Italia si colloca al quarto posto per numero di turisti internazionali attratti e al quinto in termini di entrate, rappresentando uno dei più rilevanti player mondiali (UNWTO, International Tourism Highlights 2024 Edition).

Cosa si studia

Al primo anno gli studenti vengono introdotti agli studi territoriali, al management, all'economia, alla psicologia e all'impatto dei media digitali e dell'intelligenza artificiale. Al secondo anno vengono approfondite le lingue, il diritto e gli studi territoriali e manageriali, per poi scegliere al terzo anno tra due indirizzi di specializzazione:

- **Comunicazione del turismo.**
  Narra i territori per renderli attrattivi nei confronti di una platea di turisti che a livello globale diventano sempre più esigenti e presentano esigenze diversificate;
- **Management e organizzazione delle imprese turistiche.**
  Affronta la gestione e l'organizzazione delle risorse umane, dei business model basati sulle piattaforme digitali (es. Airbnb) e dei metodi e delle tecniche per massimizzare i profitti.

Come si studia

La didattica di questo corso di studio unisce lezioni teoriche e laboratori, nei quali gli studenti lavorano in gruppo per affrontare problemi concreti alla luce dei contenuti del corso e in stretto rapporto con i docenti e i professionisti del settore.

Stage e tirocini, in Italia e all'estero, sono parte integrante del percorso formativo, grazie alla collaborazione con operatori e importanti aziende del settore turistico.

Sbocchi professionali

I laureati in Turismo, management e cultura nel triennio acquisiscono competenze trasversali che consentono di accedere al mondo del turismo con gli strumenti necessari per occuparsi, a titolo di esempio, di marketing per tour operator e agenzie, della gestione di alberghi e villaggi turistici, della comunicazione e promozione di un sistema territoriale, di progettare itinerari e prodotti turistici, oltre all'organizzazione di eventi.

insight

posti disponibili: 200

crediti: 180

lingua: italiano

test di valutazione della preparazione iniziale

piano degli studi

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Geografia culturale	6
Laboratorio sul paesaggio (24 ore)	
Psicologia e sociologia del turismo	6
Management delle aziende turistiche	6
Il sistema economico del turismo	6
Media digitali e turismo	6
Ricerca sociale e turismo	6
Laboratorio di progettazione turistica (24 ore)	
Storia contemporanea	9
Laboratorio Museums of World Cultures (24 ore)	
Information and Communication Technology for Tourism	6
Intelligenza artificiale e turismo	9
Laboratorio di Imprenditorialità nel turismo (24 ore)	

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Diritto del turismo	6
Patrimoni culturali per il turismo	12
Civiltà del Mediterraneo	
Città d'arte	
Territorio e cultura	12
Politiche territoriali	
Antropologia culturale	
Marketing e comunicazione del turismo	9
Include laboratorio di E-tourism (24 ore)	
Destination Management	6
Include laboratorio Tourist experience (24 ore)	
English for Corporate Skills	6
Francese o Spagnolo o Tedesco per il turismo	6
attività formative a scelta	**6**

3º anno

- **indirizzo Comunicazione del turismo**

attività formative vincolate	cfu
Travel blogging	6
Laboratorio di Videomaking (24 ore)	
Storytelling	6
Destination branding	6
Laboratorio sulle capitali della cultura (24 ore)	

- **indirizzo Management e organizzazione del turismo**

attività formative vincolate	cfu
Gestione delle risorse umane	6
Laboratorio sulle Soft Skills	
Revenue Management	6
Platform economy e turismo	6
Laboratorio su Piattaforme digitali per il Turismo (24 ore)	

- **comune ai due indirizzi**

attività formative vincolate	cfu
Strategie e performance del turismo	6
Turismo urbano e sostenibilità	6
Laboratorio su Smart Cities (24 ore)	
Governance e Relazioni internazionali nel turismo	6
Stage di competenze professionali	6
attività formative a scelta	**12**
prova finale	3

Moda e industrie creative

Perché studiare in IULM

Moda e design sono tra i comparti più creativi del sistema produttivo, economico e culturale contemporaneo e del nostro Paese. Sempre collocati sulla frontiera dell'innovazione, devono intercettare i bisogni emergenti, innescare tendenze e desideri, prefigurare il futuro e trovare un giusto equilibrio tra la forma e la funzione di ciò che vanno creando. A Milano, cuore pulsante della creatività, il bisogno di professionisti capaci di operare con competenza, passione e visione in questi ambiti è sempre altissimo, come testimoniano le aziende che hanno sollecitato la creazione di questo corso di studio.

Cosa si studia

Il corso forma comunicatori e promotori della moda e del design. Il piano degli studi è incentrato sulle conoscenze critico-teoriche relative ai diversi linguaggi artistico-visivi necessari alla comprensione della moda, del design e più in generale del "Made in Italy". Molti sono gli strumenti pratici e metodologici che vengono insegnati e sono necessari per collaborare all'ideazione, creazione e gestione degli eventi di moda e design, dalle sfilate alle week, dai convegni alle fiere, agli showroom. Il piano degli studi prevede un primo biennio comune a tutti gli iscritti e un terzo anno diviso in due indirizzi, a scelta dello studente: Moda da un lato, Design e industrie creative dall'altro

Come si studia

Il corso prevede una componente di didattica frontale cui si sommano numerose attività laboratoriali che consentono a studentesse e studenti di verificare sul campo e nella pratica ciò che vanno apprendendo in aula.

Project work, workshop ed esperienze sul campo, incontri con professionisti e protagonisti del sistema moda e design, seminari con docenti provenienti da altre aree geo-culturali, visite-studio in aziende, fondazioni, musei e associazioni di categoria, unitamente a stage e tirocini in Italia e all'estero, arricchiscono ulteriormente le opportunità formative offerte dal corso di studio.

Sbocchi professionali

I laureati in Moda e industrie creative hanno uno sbocco privilegiato nel mondo della moda e del design in qualità di autori e gestori di contenuti creativi e comunicazionali, ma anche come organizzatori e gestori di eventi finalizzati alla promozione dei prodotti e dei brand della moda e del design.

A titolo di esempio: Social Media specialist per la moda e il design, Ufficio stampa per la moda e il design, Marketing della moda e del design, Junior art director, Fashion influencer, Event&fair specialist, Content creator e visual designer.

insight

posti disponibili: 250
crediti: 180
lingua: italiano
test: selettivo

piano degli studi

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Arti visive contemporanee	12
Storia dell'arte contemporanea	
Arte e media	
Laboratorio di advertising per la moda e il design	6
Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace I (comunicazione scritta)	6
Web communication e social media	6
Storia della moda e del design	18
Storia e cultura della moda	
Storia e cultura del design	
Storia e cultura del Made in Italy	
Culture e linguaggi delle industrie creative	12
Semiotica della creatività	
Archivi delle industrie creative	
Informatica per la comunicazione creativa	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Estetica della moda e del design	6
Interculturalità, sostenibilità, inclusività	6
Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace II (comunicazione orale)	6
Marketing della moda e del design	6
Fondamenti di marketing	
Marketing della moda e del design	
Economia e gestione delle industrie creative	6
Data and Trend Analysis	6
Budgeting e reporting per la moda e il design	6
Diritto, brand, copyright	6
English for Corporate Skills	6
attività formative a scelta	12

3º anno

indirizzo moda

attività formative vincolate	cfu
Innovation Fashion Design	6
Laboratorio di Visual Merchandising	6
Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di moda	12
Ideazione e creazione degli eventi di moda	
Regia della sfilata	

indirizzo industrie creative e design

attività formative vincolate	cfu
Design Thinking	6
Laboratorio di Visual Design	6
Laboratorio di ideazione e creazione degli eventi di design	12
Ideazione e creazione degli eventi di design	
Design Retail	

comune ai due indirizzi

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace III (comunicazione visiva)	6

Stage professionale	6
attività formative a scelta	6
prova finale	6

Gli insegnamenti a scelta di IULM per i corsi di laurea triennale

Gli studenti iscritti ai corsi di studio, al fine di completare il proprio percorso, dovranno scegliere due o più insegnamenti opzionali fra quelli proposti annualmente dall'Ateneo.

Gli insegnamenti opzionali, o attività a scelta, sono insegnamenti che gli studenti possono scegliere liberamente per arricchire il proprio percorso universitario, a seconda degli interessi, delle attitudini o degli obiettivi professionali futuri. Gli studenti possono inserire nel piano degli studi sia gli insegnamenti a scelta offerti dal proprio corso di laurea, sia quelli offerti da altri corsi di laurea. Gli insegnamenti opzionali rilasciano CFU e prevedono il sostenimento dell'esame di profitto.

Scopri quali insegnamenti a scelta sono stati attivati!

Scopri le modalità e i tempi per effettuare la scelta!

Lauree Magistrali

facoltà di Interpretariato e traduzione

Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale

facoltà di Comunicazione

Intelligenza Artificiale, impresa e società

Marketing, consumi e comunicazione ita/eng

Strategic Communication eng

Televisione, cinema e new media

facoltà di Arti, moda e turismo

Arte, valorizzazione e mercato

Fashion Communication and Luxury Strategies eng

Hospitality and Tourism Management eng

Traduzione, interpretariato e comunicazione digitale

Perché studiare in IULM

Dal 1968 IULM rappresenta un Ateneo di eccellenza nell'insegnamento delle lingue straniere perché ha compiuto sforzi per evolvere e offrire al mercato del lavoro professionisti capaci di operare in tutti gli ambiti lavorativi contemporanei. Questo corso di studio intreccia la conoscenza delle lingue straniere con le competenze relative alle nuove tecnologie e alla comunicazione digitale e multimediale. IULM è la prima università italiana ad aderire al programma accademico di Kantan AI, leader mondiale fra le piattaforme di servizi di traduzione automatica personalizzati (Customized Machine Translation Engines). Il corso di studio, inoltre, fa parte di CIUTI (Rete di eccellenza globale degli istituti universitari impegnati nella traduzione e nell'interpretariato) e di EMT (European Master's in Translation), il gruppo delle Università che hanno ottenuto dalla Commissione Europea il riconoscimento dei massimi standard qualitativi.

Cosa si studia

Il piano degli studi è articolato in tre curricula:

- **Traduzione editoriale e multimediale.**
  Focalizzato su tutti gli ambiti della traduzione, con particolare attenzione alla traduzione audiovisiva e multimediale, integrandoli con l'utilizzo dell'intelligenza artificiale.
- **Interpretariato di conferenza e nuove tecnologie.**
  Unisce l'elevata conoscenza di due lingue straniere con la padronanza degli strumenti informatici e digitali a supporto del lavoro dell'interprete, quali l'Intelligenza Artificiale e i CAI (Computer Aided Interpreting) tools.
- **Comunicazione digitale e interculturale.**
  Prepara all'uso consapevole degli strumenti narrativi e digitali per integrare linguaggio, tecnologia e strategia di comunicazione nella creazione di contenuti efficaci e competitivi.

Come si studia

La didattica si svolge suddividendo gli studenti in piccoli gruppi, favorendo così la simulazione di situazioni professionali. A tal fine si organizzano Mock conferences, lezioni congiunte, esperienze di cabina e cabina muta, work experience obbligatorie presso aziende e/o hub professionali. Il tutto si svolge con l'utilizzo di software di ultima generazione.

Sbocchi professionali

Questo percorso mira a formare professionisti capaci di operare in organizzazioni internazionali e sovranazionali, nell'ambito dell'editoria, di enti e strutture operanti nei settori dell'industria linguistica, della didattica e della ricerca, oltre ai settori culturali, museali, nei centri media e nelle redazioni giornalistiche per la produzione, la traduzione e la gestione di contenuti.

insight

posti disponibili: 150
crediti: 120
lingua: italiano
test: selettivo

piano degli studi

Curriculum: Interpretariato di conferenza e nuove tecnologie

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di interpretariato: tecniche e tecnologie - inglese I	12
Laboratorio di interpretazione simultanea - inglese I	
Laboratorio di interpretazione consecutiva - inglese I	
Laboratorio di interpretariato: tecniche e tecnologie - seconda lingua I (francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese, arabo)	12
Laboratorio di interpretazione simultanea - seconda lingua I	
Laboratorio di interpretazione consecutiva - seconda lingua I	
Linguistica per l'interpretariato	6
Teoria e prassi dell'interpretariato di conferenza	
Laboratorio di interlinguistica	
Discorso, testo e linguaggi settoriali - inglese	9
Discorso specialistico e generi testuali - inglese	
Linguaggi settoriali e terminologia - inglese	
Discorso, testo e linguaggi settoriali - seconda lingua (francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese, arabo)	9
Discorso specialistico e generi testuali – seconda lingua	
Linguaggi settoriali e terminologia – seconda lingua	
Strumenti tecnologici e di intelligenza artificiale per l'interpretariato	6
attività formative a scelta	**9**

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di interpretariato: tecniche e tecnologie – lingua inglese II	12
Laboratorio di interpretazione simultanea - inglese II	
Laboratorio di interpretazione consecutiva - inglese II	
Laboratorio di interpretariato: tecniche e tecnologie - seconda lingua II (francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese)	12
Laboratorio di interpretazione simultanea - seconda lingua II	
Laboratorio di interpretazione consecutiva - seconda lingua II	
Laboratorio informatico per la ricerca terminologica	6
Diritto internazionale	6
Project management per i servizi linguistici	6
Organizzazione del lavoro	
Servizi linguistici	
work experience	**3**
Tesi di laurea magistrale	12

Curriculum: Traduzione editoriale e multimediale – Dual Degree

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Traduzione editoriale - inglese I	12
Traduzione editoriale - inglese I	
Laboratorio di lingua inglese	
Traduzione editoriale - seconda lingua I (francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese, arabo)	12
Traduzione editoriale - seconda lingua I	
Laboratorio di seconda lingua	
Laboratorio di traduzione assistita, intelligenza artificiale e post editing	6
Discorso, testo e traduzione specialistica - inglese	9
Discorso specialistico e generi testuali - inglese	
Laboratorio di traduzione specialistica - inglese	
Discorso, testo e traduzione specialistica – seconda lingua	9
Discorso specialistico e generi testuali - seconda lingua	
Laboratorio di traduzione specialistica - seconda lingua	
Linguistica per la traduzione	6
Laboratorio di interlinguistica	
Traduzione e inclusione	
attività formative a scelta	**9**

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Traduzione editoriale – inglese II	6
Traduzione editoriale - seconda lingua II (francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese)	6
Laboratorio di traduzione audiovisiva	12
Laboratorio di traduzione audiovisiva I	
Laboratorio di traduzione audiovisiva II	
Testi ed editoria	12
Ricezione del testo tradotto	
Cultura e tecniche editoriali	
Project management per i servizi linguistici	6
Organizzazione del lavoro	
Servizi linguistici	
work experience	**3**
Tesi di laurea magistrale	12

Curriculum: Comunicazione digitale e interculturale

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Traduzione editoriale - inglese I	12
Traduzione editoriale - inglese I	
Laboratorio di lingua inglese I	
Traduzione editoriale - seconda lingua I (francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese)	12
Traduzione editoriale - seconda lingua I	
Laboratorio di seconda lingua I	
Laboratorio di metodi e tecniche di comunicazione grafica e visuale	6
Narrazioni contemporanee - inglese	6
Narrazioni contemporanee - seconda lingua	6
Linguistica per la traduzione	6
Laboratorio di interlinguistica	
Traduzione e inclusione	
attività formative a scelta	9

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Traduzione editoriale - inglese II	12
Traduzione editoriale - inglese II	
Laboratorio di lingua inglese II	
Traduzione editoriale - seconda lingua II (francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese)	12
Traduzione editoriale - seconda lingua II	
Laboratorio di seconda lingua II	
Laboratorio di tecniche e strumenti di visual journalism	6
Sociologia dei consumi e digital marketing	6
Letterature e sistemi digitali	12
Digital storytelling	
Letterature e new media	
work experience	3
Tesi di laurea magistrale	12

Intelligenza Artificiale, impresa e società

Perché studiare in IULM

Oggi le imprese sono alla ricerca di figure professionali che sappiano applicare le tecnologie più avanzate e l'AI ai processi di marketing e comunicazione. Le tecnologie sono indispensabili per ideare e sviluppare prodotti e servizi innovativi, per mappare in tempo reale i bisogni dei consumatori, per comunicare in modo efficace con le generazioni più giovani. Questo corso di studio, confermando il posizionamento di eccellenza di IULM in tema di marketing e comunicazione, è progettato per offrire un mix ottimale di conoscenze teorico-pratiche sulle tecnologie innovative che stanno cambiando il mondo del marketing e della comunicazione aziendale.

Cosa si studia

Il corso di laurea magistrale in Intelligenza Artificiale, impresa e società forma figure professionali con competenze multidisciplinari di ambito sia aziendalistico (marketing, comunicazione) sia tecnologico, finalizzate all'utilizzo e all'implementazione di soluzioni di intelligenza artificiale per il marketing, il business e la comunicazione aziendale.

I laureati acquisiranno conoscenze e competenze:

- aziendalistiche, sul marketing e la comunicazione aziendale supportate dalle tecnologie più avanzate comprese quelle legate all'intelligenza artificiale;
- statistico-metodologiche, apprendendo gli strumenti necessari all'analisi avanzata dei dati su cui orientare le attività di marketing e le decisioni aziendali;
- tecnologiche, diventando in grado di gestire progetti e soluzioni digitali basate sull'AI, tenendo conto delle problematiche commerciali, socio-organizzative e normative.
- giuridico-sociale, entrando in possesso di competenze sociologiche, comunicative e giuridiche e dallo spirito critico necessario a progettare soluzioni innovative rispettose e corrette da un punto di vista etico e di sostenibilità.

Come si studia

Il corso di laurea è strutturato affiancando insegnamenti teorici a laboratori pratici in cui lo studente potrà, secondo la logica del learning by doing, apprendere le competenze tecnologiche e le skills necessarie a padroneggiare e orientare l'innovazione nelle aziende attraverso attività pratiche e laboratoriali.

Completano la formazione lo stage, gli incontri con aziende e professionisti del settore, i lavori di gruppo nei quali mettersi alla prova e confrontarsi, sperimentando e simulando situazioni reali.

Sbocchi professionali

Questo percorso mira a formare professionisti del marketing tra cui: responsabile marketing, responsabile comunicazione, data-driven decision maker, data analyst.

insight

posti disponibili: 65
crediti: 120
lingua: italiano
test: selettivo

piano degli studi

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Strategic management & digital technology	6
Fondamenti di computer science e gestione dei big data	9
Marketing avanzato e Intelligenza Artificiale	9
Marketing avanzato	
AI per il marketing	
Statistica e Machine learning per il marketing	12
Probabilità e statistica per il marketing	
AI e Machine learning per il marketing	
Scenari socioculturali, normative ed etica della Big Data Society nel rapporto uomo - macchina	15
Scenari socio-culturali della Big Data Society	
Normativa ed etica per la Big Data Society	
Mind and Machines	
attività formative a scelta	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Data Mining & Text Analytics	6
Modelli decisionali per il marketing data driven	9
Digital Advertising	6
Marketing automation, marketing platform & analytics	6
Advertising technologies, creatività e marketing immersivo	6
attività formative a scelta	6
Fieldwork	6
Stage	6
Tesi di laurea magistrale	12

Marketing, consumi e comunicazione

Perché studiare in IULM

Il corso di laurea magistrale in Marketing, consumi e comunicazione, nato nel 2002, è uno dei più longevi percorsi formativi dell'Ateneo. Da sempre attento all'evoluzione dei mercati e dei comportamenti di consumo, il corso risponde con tempestività alle richieste provenienti dal mondo business. La forte integrazione con le imprese, nei contesti sia business-to-consumer sia business-to-business, la significativa attività laboratoriale che affianca la didattica tradizionale e i numerosi progetti sviluppati in collaborazione con aziende fanno di questo corso un ambiente di crescita professionale dinamico e stimolante. **Dal 2024, al percorso in lingua italiana si è aggiunto un curriculum interamente insegnato in lingua inglese in Marketing, Consumer Behaviour and Communication, a conferma della vocazione internazionale del corso.**

Cosa si studia

Il piano degli studi prevede un primo anno comune, durante il quale gli studenti acquisiscono competenze avanzate sui temi di marketing, comportamento del consumatore e analisi del contesto competitivo, socio-culturale e tecnologico.
Al secondo anno, gli studenti scelgono l'indirizzo di specializzazione fra:

- **Brand Equity Management**. Approfondisce come costruire, gestire e accrescere nel tempo il valore della marca. Il percorso consente di definire il posizionamento competitivo, progettare strategie di comunicazione coerenti con l'identità di marca e con le aspettative dei consumatori, ideare iniziative di innovazione di prodotto e di servizio.
- **Sales & Customer Experience Management**. Focalizzato sulla progettazione e il governo dei processi commerciali e dell'esperienza del cliente nei canali fisici e digitali, il percorso affronta i temi della progettazione di strategie omnicanale, dell'utilizzo dei dati per migliorare la conoscenza dei clienti e personalizzare l'offerta e della creazione di esperienze di acquisto coinvolgenti e coerenti con i valori di marca.

Come si studia

L'approccio operativo e la continua partecipazione alla didattica di professionisti e manager del mondo delle imprese aiutano gli studenti a sviluppare competenze di problem solving, visione strategica e capacità di lavorare in team. Le lezioni combinano basi teoriche con esercitazioni, laboratori e project work finalizzati a preparare figure in grado di operare con responsabilità nell'ambito delle aziende di marca, del retail e nei nuovi ecosistemi digitali.

Alla fine del secondo anno, gli studenti partecipano a un contest competitivo per la realizzazione di un progetto reale presentato da una o più aziende partner. Completa il percorso lo stage obbligatorio di almeno 3 mesi.

Sbocchi professionali

Il corso forma professionisti in grado di gestire la complessità delle strategie di marketing e comunicazione nei diversi settori, ricoprendo ruoli quali: brand manager, sales manager, customer experience manager, marketing manager, marketing strategist, account manager, category manager, media planner, ricercatore di mercato, product manager.

insight

posti disponibili: 180
crediti: 120
lingua: italiano
test: selettivo

posti disponibili: 80
crediti: 120
lingua: inglese
test: selettivo

piano degli studi per il curriculum: Marketing, consumi e comunicazione

1° anno comune

attività formative vincolate	cfu
Digital e Retail Marketing	9
Digital marketing & AI applications	
Retail experience	
Metodi quantitativi di ricerca	9
Data Analysis	
Metodi quantitativi per la ricerca sociale e sui consumatori	
Marketing Avanzato	6
Analisi Competitiva	9
Consumatori e Società	6
Scenari di consumo	
Pratiche di consumo	
Strategy for Business Success	12
Strategic management	
Leadership & change management	
Business English	6
Attività formative a scelta	6

2° anno

- **Indirizzo Brand Equity Management**

attività formative vincolate	cfu
Brand & Corporate Communication	6
Strategia e Identità Visiva della Marca	9
Identità visiva della marca	
Strategia della marca	
Valore di Marca e Innovazione	6
Metriche e misurazione del valore della marca	
Innovation leadership e lancio di nuovi prodotti	
Diritto della Marca	6

- **Indirizzo Sales & Customer Experience Management**

attività formative vincolate	cfu
Strategie e Tattiche di Customer Engagement	9
Customer experience design & service marketing	
Dynamic & personalized pricing	
Sales & Customer Relationship Management	6
Retail Performance e Management Omnicanale	6
Tutela del Consumatore	6

- **Comune a tutti gli indirizzi**

Stage	6
Fieldwork	6
attività formative a scelta	6
Tesi di laurea magistrale	12

piano degli studi curriculum: Marketing, Consumer Behaviour and Communication

1° anno

Attività formative vincolate	cfu
Advanced Marketing	6
Digital and Retail Marketing	9
Digital Marketing	
Retail marketing	
Consumer and Society	9
Consumption practices	
Social Change	
Data analysis	9
Strategic Management	9
Competitive Analysis	9
Market and Consumer Behaviour Studies	6
Attività formative a scelta	6

2° anno

Attività formative vincolate	cfu
Omnichannel Management	6
Consumer Engagement and Digital Market Relations	9
Data Protection and Trademark Law	6
Business Communication Skills	6
Attività formative a scelta	6
Internship	6
Fieldwork	6
Tesi di laurea magistrale	12

Strategic Communication

Perché studiare in IULM

La comunicazione strategica oggi è indispensabile per l'efficace funzionamento di imprese, istituzioni pubbliche, associazioni non profit e organismi internazionali, società di consulenza. Questo corso di studio, insegnato interamente in lingua inglese, è pensato per coloro che intendono costruirsi una carriera in Italia e all'estero nei più diversi contesti in cui la comunicazione deve essere gestita in modo coordinato e strategico. La vocazione internazionale di questo corso è rafforzata dalle opportunità di Dual Degree come la Cardiff Metropolitan University (UK) e la UWA University (Perth, Australia), che consentono agli studenti di trascorrere il secondo semestre all'estero e acquisire un titolo di specializzazione che arricchisce il percorso svolto in IULM.

Cosa si studia

Il piano degli studi prevede un primo anno comune, durante il quale gli studenti acquisiscono competenze in ambito strategico, nella comunicazione d'impresa e di crisi, nell'analisi dei dati e nella loro applicazione alle decisioni. Il programma include inoltre una solida preparazione sui social media e sull'intelligenza artificiale. Al secondo anno, gli studenti scelgono un indirizzo tra:

- **Corporate Communication.**
  Un percorso per acquisire competenze avanzate in comunicazione d'impresa, management, comunicazione finanziaria e investor relations, oltre che nella gestione della comunicazione interna di un'impresa;
- **Sustainability Communication.**
  Gli studenti imparano ad applicare i principi della comunicazione strategica all'ambito della sostenibilità, con una particolare attenzione alla responsabilità sociale e ambientale d'impresa.

Come si studia

Il corso di laurea magistrale in Strategic Communication è progettato secondo i più elevati standard formativi internazionali. Le lezioni sono altamente interattive e aiutano gli studenti a sviluppare capacità di problem solving e gestione dello stress attraverso simulazioni, giochi di ruolo, analisi di casi internazionali e progetti in collaborazione con aziende. Il tutto è guidato da una faculty internazionale composta da docenti e professionisti esperti. Completa il percorso lo stage.

Sbocchi professionali

Il corso prepara figure professionali specializzate nella comunicazione strategica, tra cui: Brand Identity & Reputation Manager, Digital Communication Manager, Crisis Communication Manager, Public Affairs Manager, CSR Communication Manager.

insight

Dual Degree
posti disponibili: 100
crediti: 120
lingua: inglese
test: selettivo

piano degli studi

1º anno comune

attività formative vincolate	
Strategy and Management	9
Strategic Communication	12
Fundamentals of Strategic Communication	
Issue and Crisis Management	
Digital Communication management and AI	9
Social media relations management	
AI for communication and marketing	
Data Analysis & Data Visualization	12
Data Analysis for communication	
Visual Communication and data visualization	
Principles of CSR communication	6
Organizational Behaviour & Neuromanagement	6
attività formative a scelta	6

2º anno

Corporate Communication

attività formative vincolate	cfu
Corporate Marketing and Management	12
Brand and Marketing Communication	
Brand & corporate narratives	
Social evaluations	6
Financial communication and Investor relations	6
Internal communication and change management	6
Corporate Public Affairs	6

Sustainability Communication

attività formative vincolate	cfu
Sustainability Marketing and Management	12
Management for Sustainability	
Sustainability for marketing and sales	
Digital Sustainability	6
Sustainable HR management	6
Sustainability reporting	6
Global environment issues and the human values	6

attività formative a scelta	6
Field project/stage	6
Tesi di laurea magistrale	12

Televisione, cinema e new media

Perché studiare in IULM

Il corso in Televisione, Cinema e New Media è un percorso formativo che unisce teoria e pratica creativa, con uno sguardo sempre aggiornato sull'evoluzione dei media, dai più tradizionali ai più innovativi, con l'obiettivo di formare figure professionali capaci di inserirsi con competenza nel mondo dell'audiovisivo, del digitale e delle industrie creative.

Gli studenti, coordinati da docenti e professionisti di rilievo nazionale e internazionale, approfondiscono i linguaggi e le tecniche del cinema, della televisione e dei media digitali, integrando riflessione teorica e sperimentazione sui nuovi formati audiovisivi e sull'uso dell'intelligenza artificiale nella produzione creativa.

Gli studenti hanno inoltre la possibilità di conseguire un Dual Degree internazionale: grazie alla collaborazione con la New York Film Academy di Los Angeles, è possibile frequentare il secondo anno all'estero e ottenere un titolo riconosciuto sia in Italia sia negli USA.

Cosa si studia

Al termine di un primo anno comune, il piano degli studi si suddivide in tre indirizzi:

- **Cinema e nuove tecnologie.**
  Approfondisce la regia cinematografica, le tecniche digitali e l'animazione, ma anche gli elementi strategici dell'economia del cinema e dell'organizzazione dei festival, la scrittura critica e il dibattito dei Film Studies;
- **Televisione e Cross-media.**
  Approfondisce le tecniche della regia televisiva e dello streaming, la progettazione e realizzazione di prodotti seriali, ma anche gli elementi del marketing televisivo e le logiche organizzative delle piattaforme.
- **New media, musica e racconti digitali.**
  Affronta il vasto sistema dei media digitali: dai videogame alle installazioni video-artistiche, dai social media alla musica online.

Come si studia

Il corso offre un'esperienza didattica fortemente laboratoriale: gli studenti sperimentano concretamente ciò che apprendono grazie a un Laboratorio Multimediale attrezzato con tecnologie professionali sempre aggiornate. Il piano degli studi include numerose attività pratiche, tra cui i laboratori di sceneggiatura, montaggio, documentario e illuminotecnica, oltre a laboratori a scelta che permettono di approfondire aree specifiche in base ai propri interessi.

Al termine del secondo anno, è previsto lo svolgimento di uno stage curriculare o la partecipazione a workshop. Ogni anno, si realizzano decine di attività di workshop: dalle esperienze didattiche con professionisti a collaborazioni con Festival o con produzioni professionali, spesso realizzate all'estero, grazie allo IULM Movie Lab e a IULM Play.

Sbocchi professionali

Il tasso di occupazione a tre anni dalla laurea è dell'84,8%, ben al di sopra della media nazionale (65,9% - AlmaLaurea 2024). I laureati trovano impiego in ambiti diversi: dalle redazioni televisive alla produzione cinematografica, dagli uffici stampa alle agenzie di promozione e distribuzione audiovisiva, dall'organizzazione dei Festival alla creazione di contenuti per i social media.

Il percorso formativo prepara figure in grado di operare nei più diversi ambiti dell'audiovisivo, dell'arte e della cultura: dall'organizzazione alla regia, dal montaggio alla scrittura creativa.

insight

Dual Degree
posti disponibili: 100
crediti: 120
lingua: italiano
test: selettivo

piano degli studi

1º anno comune

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio di regia	9
Laboratorio di postproduzione	12
Laboratorio di montaggio digitale	
Laboratorio di color correction	
Laboratorio di illuminotecnica e di ripresa cinetelevisiva	6
Paesaggi sonori nei media	12
Musica e immagine	
Laboratorio di suono in presa diretta	
Media studies	12
Fotografia: teoria e tecniche	
Uno a scelta tra:	
Cinema: videoarte e installazioni audiovisive	
Prodotti TV: analisi e scenari	
Social Media: Teorie e professioni	
Immaginari dell'era digitale	6
attività formative a scelta	6

2º anno

indirizzo Cinema e nuove tecnologie

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio avanzato di regia cinematografica	6
Cinema digitale	9
Effetti visivi e digitali	
Laboratorio d'animazione	
Film Studies	9
Filmologia	
Laboratorio di scrittura critica per il cinema e lo spettacolo	
Cinema espanso e elementi di business	12
Economia del cinema: strategie e strumenti	6
Archivi, mostre e musei del cinema	6

indirizzo Televisione e cross media

attività formative vincolate	cfu
Laboratorio avanzato di regia televisiva	6
Serialità cross-mediale	12
Modelli e generi della serialità televisiva	
Laboratorio di produzione televisiva e seriale	
Web TV	12
TV, social media e web	
Laboratorio di streaming	
Business televisivo e cross-mediale	6

indirizzo New media, musica e racconti digitali

attività formative vincolate	cfu
Racconti digitali	9
Videogiochi: tecnologia e arte	
Laboratorio di Interaction Design	
Video, musica e arte digitale	12
Laboratorio di regia per formati brevi	
Laboratorio di videoarte espansa: spazi, scenari, suoni	
Contenuti audiovisivi per i social media	9
Strategie di comunicazione creativa	
Musica online: video e live	
Copyright e performance dei contenuti audiovisivi	6

attività formative a scelta	6
Stage/Workshop professionale	3
Tesi di laurea magistrale	12

Arte, valorizzazione e mercato

Perché studiare in IULM

In IULM l'arte è insegnata come sistema che accoglie, in modo trasversale, le contaminazioni tra mondi professionali diversi, dal cinema alla moda. Un sistema che sviluppa sistemi relazionali tra operatori pubblici e investitori privati, mediando la connessione tra artisti e mercati. Questo corso di studio forma professionisti che sanno utilizzare strumenti pratici, anche digitali, per operare nella quotidianità, e possiedono basi teoriche umanistico-culturali. Questo corso di studio è caratterizzato da una capacità di guardare al futuro e di inserire i propri studenti in un contesto che impiega sempre più le culture visuali per raccontarsi e valorizzare la propria identità.

Cosa si studia

Gli insegnamenti del piano degli studi preparano a livello avanzato gli studenti a una conoscenza del sistema della cultura attraverso:

- l'acquisizione di conoscenze storico-artistiche, come per esempio storia del collezionismo e teoria delle mostre contemporanee;
- lo studio delle strategie manageriali adottate dagli attori (come musei, fondazioni e case d'asta) e dei meccanismi economici di funzionamento dei mercati;
- l'applicazione di competenze organizzativo-gestionali in ambito artistico e culturale; -
- l'analisi dei linguaggi comunicativi impiegati per comunicare progetti culturali e divulgare l'arte anche attraverso le tecnologie digitali; -
- lo sviluppo di competenze legate all'autoimprenditorialità per avviare start-up e percorsi professionali che sappiano cogliere le opportunità del momento.

Come si studia

Il corso di studio poggia su una rete di collaborazioni continuative con i protagonisti del sistema della cultura in Italia e all'estero. Direttori di fondazioni pubbliche e private (come la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo), musei (come il Museo del '900 di Milano, il Castello Sforzesco, il Museo Egizio di Torino, Brescia Musei), testate di settore (come artribune e SkyArte) che insegnano nelle aule, coinvolgono gli studenti in workshop e laboratori per ideare, organizzare, creare e comunicare progetti sul campo. Oltre a numerose occasioni di scambi con università all'estero, gli studenti possono frequentare un semestre presso ICART a Parigi (L'école du management de la culture et du marché de l'art) e conseguire un doppio diploma di laurea. Durante il secondo semestre del secondo anno tutti gli studenti avranno l'opportunità di realizzare project work direttamente nelle sedi delle più importanti istituzioni in area milanese (tra le quali per esempio MUFOCO; FAI, Meet). Agli studenti fin dal primo anno viene offerto l'abbonamento al sistema museale della Valle d'Aosta e della Lombardia.

Sbocchi professionali

Questo percorso specialistico mira a formare manager, critici, curatori di mostre d'arte, comunicatori culturali, galleristi, direttori di museo e consulenti che sappiano governare tutte le fasi del rapporto tra arte e mercato.

insight

Dual Degree
posti disponibili: 100
crediti: 120
lingua: italiano
test: selettivo

piano degli studi

1º anno

attività formative vincolate	cfu
Storia del collezionismo e del mercato antiquario	6
Culture visuali	6
Il sistema dei musei	12
Cultura e gestione dei musei e delle istituzioni d'arte	
Comunicazione dei musei e delle istituzioni d'arte	
Elementi di storytelling	6
Management e Start-up per l'arte	9
Le professioni dell'arte	9
Teorie del mercato d'arte	
Strategie delle fondazioni	
Strategie delle case d'asta	
Strategie delle gallerie	
Diritto dei Beni Culturali in Italia e in Europa	6

2º anno

attività formative vincolate	cfu
Curatorial Studies	12
Storia e teoria delle mostre contemporanee	
Art direction di eventi artistici e culturali	
Filosofia dell'arte	6
Digital Media curatorship	12
Social media Communication	
Arte e web	
Laboratorio di progettazione, produzione e comunicazione artistica e culturale	12
attività formative a scelta	**12**
Tesi di laurea magistrale	12

Fashion Communication and Luxury Strategies

Perché studiare in IULM

Moda e lusso. Due settori economici nei quali la comunicazione è sempre più centrale, per imprese impegnate a reinventarsi costantemente e a conquistare nuovi mercati. In un mondo nel quale, indipendentemente dalle congiunture economiche, in interi continenti si va formando una classe media che prima non esisteva, l'eccellenza europea si confronta con una domanda destinata a continuare a crescere. IULM propone un percorso avanzato, forte del proprio know how nella comunicazione e nelle industrie creative. Un corso di studio nato con la piena consapevolezza che queste industrie ormai compiutamente globali richiedono professionisti capaci di fronteggiare le sfide della comunicazione contemporanea, di trasferire prodotti ed esperienze al pubblico con un linguaggio nuovo e di cogliere tutte le opportunità di sistemi complessi.

Cosa si studia

Il piano degli studi, interamente in lingua inglese, prevede un primo anno comune, durante il quale gli studenti acquisiscono competenze avanzate di tipo filosofico, sociologico, economico, gestionale e organizzativo specifiche per la comunicazione del lusso e della moda, oltre a competenze di informatica e analisi statistica per poter analizzare i trends. Al secondo anno, gli studenti potranno scegliere fra:

- **Global Trends.**
  Un percorso che pone al centro le sfide della comunicazione della moda in un mondo interculturale e sempre più interconnesso.
- **Luxury Strategies.**
  Un percorso che consente di avvicinare i diversi mercati del lusso, con le loro peculiarità, le loro sfide, i loro contesti simbolici e culturali.

Come si studia

Il corso di laurea magistrale in Fashion Communication and Luxury Strategies è strutturato in maniera tale che agli insegnamenti teorici, siano sempre affiancati insegnamenti pratici, momenti seminariali, workshop, incontri con i professionisti del settore ed esperienze sul campo. Durante il primo e il secondo anno agli studenti viene richiesto di lavorare in gruppo, di confrontarsi fra loro, per familiarizzare con la logica e le dinamiche delle organizzazioni. Completa il percorso il Field Project.

Sbocchi professionali

Questo percorso mira a formare professionisti della comunicazione della moda e del lusso quali, per esempio, PR Manager, Digital Media Manager, Brand Heritage, Fashion Trend Forecaster, Brand Consultant.

insight

posti disponibili: 100
crediti: 120
lingua: inglese
test: selettivo

piano degli studi

1º anno comune

attività formative vincolate	cfu
Sustainability Strategies for Luxury and Fashion	6
Aesthetics of Luxury	6
Anthropology of Fashion and Luxury	12
Consumer Anthropology	
Fashion Narratives	
Complex Thinking and creativity	6
Luxury Communication	12
Brand Heritage and Storytelling	
Fashion and Luxury Events	
Digital Trends and Marketing Statistics	12
Digital Trends	
Analytics and Global Consumer insight	
Team and Project Management	6

2º anno

indirizzo Global Trends

attività formative vincolate	cfu
International Relations and Global Fashion	12
International Relations	
Global Fashion	
Fashion Landscapes	6
Global Communication Management for Fashion	6
Digital Interaction Engagement Strategies	6

indirizzo Luxury Strategies

attività formative vincolate	cfu
Imaginery of Luxury	12
History of Contemporary Luxury	
Scenarios of Luxury	
Luxury Sectors	6
Luxury Marketing Strategies	6
Luxury PR for High-end Brands	6

comune ai due indirizzi

Field project	6
attività formative a scelta	12
Tesi di laurea magistrale	12

Hospitality and Tourism Management

Perché studiare in IULM

Da oltre 20 anni IULM è centro di eccellenza e polo di innovazione sui temi legati al turismo e all'ospitalità. La rete di relazioni con le aziende e gli operatori del settore è capillare sul territorio nazionale e si espande anche a livello internazionale, offrendo opportunità uniche di inserimento nel mercato del lavoro. Il nostro Ateneo è tra i 4 in Italia a posizionarsi nel Ranking internazionale QS per il settore "Hospitality & Leisure Management", dove occupa la 109° posizione a livello mondiale. Due double degree, 14 mete in tutto il mondo per programmi exchange, una Certification in Hotel Industry Analytics (CHIA) rendono questo percorso formativo un unicum nel campo.

Cosa si studia

Il piano degli studi prevede un primo anno comune, durante il quale gli studenti acquisiscono competenze fondamentali sul turismo, sull'ospitalità e sullo sviluppo sostenibile attraverso insegnamenti di stampo manageriale, economico e geografico, per poi scegliere al secondo anno in quale settore specializzarsi. Gli indirizzi disponibili al secondo anno sono:

- **Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries.** Gli studenti frequentano corsi focalizzati su big data, reputazione online, revenue management e collegamento tra reputazione e performance aziendali. Essi hanno la possibilità di acquisire la certificazione denominata CHIA (Certification in Hotel Industry Analytics) che attesta l'acquisizione delle abilità a studiare gli indicatori di performance (KPI) specifici del settore hospitality.
- **Sustainable Destinations Management and Communication.** Gli studenti che lo desiderano frequentano il secondo semestre presso la University of Oulu, in Finlandia, e acquisiscono competenze di tipo geografico, con attenzione alla progettazione e gestione organizzata e sostenibile delle destinazioni turistiche.
- **Hospitality and Tourism Management.** Gli studenti frequentano le lezioni presso la University of Central Florida (UCF) e acquisiscono competenze avanzate sui temi dell'hospitality management, della comunicazione e del management degli eventi. Gli studenti che scelgono questo curriculum hanno inoltre la possibilità di ottenere un visto di lavoro per un ulteriore anno in Florida.

Come si studia

Le lezioni avvengono in lingua inglese e gli insegnamenti teorici più tradizionali rappresentano il 30% del learning mix, poiché il restante 70% del tempo viene impiegato in discussioni basate su casi di studio, esercitazioni e training on the job in linea con gli standard dei migliori corsi di laurea internazionali. Tutto questo è reso possibile grazie a un corpo docente a forte vocazione internazionale, in cui ai docenti IULM con comprovate esperienze di didattica e ricerca all'estero, si affiancano visiting professors provenienti da atenei stranieri.

Arricchiscono ulteriormente il percorso formativo le Company visit, giornate spese in azienda per confrontarsi con manager e imprenditori del settore; i Job Lab, laboratori in cui manager e operatori del settore guidano gli studenti nella realizzazione di progetti rilevanti per la propria impresa e i Field Projects e workshop tematici, tenuti da esperti di settore e accademici provenienti dai migliori Atenei nel mondo, su tematiche come per esempio Experience Design, Destination Reputation, Revenue Management, Digital Geography. Completa il percorso lo stage obbligatorio presso una delle aziende partner di IULM in Italia o all'estero.

Sbocchi professionali

Questo percorso mira a formare general manager di strutture ricettive, revenue manager, experience design e destination manager, commercial manager nel settore turistico, event manager, online travel and digital marketing manager.

insight

Dual Degree
posti disponibili: 100
crediti: 120
lingua: inglese
test: selettivo

piano degli studi

1° anno Università IULM

attività formative vincolate	cfu
Hospitality and Service Management	6
Human Resource Management in Tourism	6
Accounting and Financial Management in Tourism	6
Tourism Marketing	18
Strategic Marketing for Tourism	
Introduction to Digital Marketing for Tourism	
Introduction to Tourism Data Analysis	
Cultural Heritage, Arts and Tourism	9
Geography for Sustainable Tourism Development	9
Business Communication in Tourism	6

2° anno Università IULM

percorso comune

attività formative vincolate	cfu
Digital Marketing and Technology in Tourism	12
Quantitative Methods and Big Data in Tourism	
Social Media Marketing and Communication for Luxury Businesses	
Intercultural Communication	6

indirizzo Sustainable Destination Management and Communication

attività formative vincolate	cfu
Strategy Design for Sustainable Destinations	6
Policy Design for Sustainable Tourism	12
Eco social Economics and Policy Design	
Transition Management in Post-crisis Cultures	

indirizzo Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries

attività formative vincolate	cfu
Artificial Intelligence and Digital Technologies for Tourism	9
Digital Transformation and Experience Design in Tourism	
Data-Driven Artificial Intelligence for Tourism	
Revenue Management for the Hospitality Industry	9

2° anno University of Central Florida (UCF)

attività formative vincolate	cfu
Data Analysis in Hospitality and Tourism Research	9
Hospitality and Tourism Strategic Issues	6
Feasibility Studies for the Hospitality/ Tourism Enterprises	12
Communication Skills	9

comune a tutti i percorsi in Italia e US

attività formative a scelta	9
Field project/stage	3
Tesi di laurea magistrale	12

Gli insegnamenti a scelta di IULM per i corsi di laurea magistrale

Gli studenti iscritti ai corsi di studio, al fine di completare il proprio percorso, dovranno scegliere uno o più insegnamenti opzionali fra quelli proposti annualmente dall'Ateneo.

Gli insegnamenti opzionali, o attività a scelta, sono insegnamenti che gli studenti possono scegliere liberamente per arricchire il proprio percorso universitario, a seconda degli interessi, delle attitudini o degli obiettivi futuri. Gli studenti possono inserire nel piano degli studi sia gli insegnamenti a scelta offerti dal proprio corso di laurea magistrale, sia quelli offerti da altri corsi di laurea magistrale. Gli insegnamenti opzionali rilasciano CFU e prevedono il sostenimento dell'esame di profitto.

Scopri quali insegnamenti a scelta sono stati attivati!

Scopri le modalità e i tempi per effettuare la scelta!

Dopo la laurea: IULM Communication School

IULM Communication School è la Business School dell'Università IULM, specializzata nella formazione avanzata nei settori della comunicazione, del marketing e delle relazioni internazionali.

Nata con l'obiettivo di formare professionisti capaci di affrontare le sfide di un mondo in continua evoluzione, la IULM Communication School propone Master universitari, specialistici ed executive in ambiti strategici come Art, Design, Food and Tourism; Brand Communication and Sales Management; Media; Languages and Cinema; Social Media and Digital Trasformation.

Offerta formativa

L'offerta formativa post laurea dell'Università IULM è:

- formazione di eccellenza. I corsi sono progettati per trasferire competenze applicative e operative, con un forte orientamento al mercato del lavoro, grazie a uno stretto legame con il mondo delle professioni, a una faculty d'eccezione e a metodologie didattiche innovative.
- Esperienze sul campo. I corsi prevedono study tour nelle più prestigiose realtà in Europa e nel mondo, tirocini e progetti concreti per ridurre la distanza tra studio e lavoro, sessioni formative tenute da docenti ed esperti internazionali.
- Campus all'avanguardia. La sede principale a Milano e il polo culturale a Roma presso Palazzo Cipolla offrono spazi moderni, funzionali e tecnologicamente avanzati.

Ogni master è seguito da un team dedicato che accompagna lo studente nella definizione del proprio percorso formativo e professionale, favorendo l'inserimento nel mondo del lavoro attraverso collaborazioni con aziende leader.

Master Universitari

Sono rivolti ai laureati triennali e magistrali che, all'interno di uno specifico settore, vogliono approfondire le proprie conoscenze teoriche e acquisire gli strumenti necessari per operare in maniera efficace.

Master Specialistici

Sono rivolti ai laureati e professionisti che vogliono approfondire le proprie conoscenze professionali e acquisire strumenti di gestione specializzata per lo sviluppo della propria carriera.

Master Executive

Rivolti a professionisti con esperienza di gestione che desiderano aggiornare le proprie competenze per adattarle alle esigenze del mercato e ai cambiamenti in atto nel mondo della comunicazione

Dopo la laurea: Verso il mondo delle professioni

IULM Alumni

IULM Alumni è la rete dei laureati IULM, dedicata a networking, scambio e formazione. Nel 2025, raggiunge 12.000 soci attivi e si propone di valorizzare il capitale umano e professionale dei laureati, di supportare la crescita e le opportunità di carriera dei nostri neo-laureati, oltre a facilitare connessioni professionali attraverso un database dedicato.

aliulm@iulm.it
iulm_alumni

IULM Alumni Ambassador

Il Comitato Direttivo IULM Alumni ha creato l'albo degli "Alumni Ambassador", una selezione di alumni (laurea, master o dottorato) ambasciatori dell'Ateneo.

MondoIULM

MondoIULM è l'associazione di imprese che promuove lo sviluppo e la crescita dell'Ateneo, contribuendo alla realizzazione dei suoi obiettivi istituzionali di ricerca, didattica e Terza Missione. L'obiettivo dell'associazione è collegare l'Università con enti, imprese e associazioni nazionali e internazionali; facilitare l'ingresso dei laureati nel mondo del lavoro; allineare i percorsi formativi alle esigenze delle imprese; individuare fonti di finanziamento per borse di studio e progetti di ricerca; promuovere la ricerca scientifica applicata e favorire l'internazionalizzazione.

go.iulm.it/aziende

IULM 1
via Carlo Bo, 1

Segreteria Studenti
Biblioteca
Libraccio
IULM Store
IULM Cafè
Biblioteca multimediale
Aula Pautasso - Aula di traduzione simultanea
Info Point
Ufficio Orientamento, Tutorato e Counseling
Ufficio DiversaMENTE
Ufficio Tasse, Contributi e Diritto allo studio
Ufficio Career Service e Rapporti con le imprese
Ufficio Mobilità e Recruitment Internazionale
IULM Communication School
Segreterie di Facoltà
Aula Seminari
Aula Piramide
Radio IULM
Banca Popolare di Sondrio

IULM 2
via Carlo Bo, 8

Laboratori informatici
Dipartimento di Studi umanistici
AI Lab

IULM 3
via P. Filargo, 3

IULM Print
IULM Restaurant
Service desk

IULM 4
via Carlo Bo, 4

International Language Centre
Dipartimento di Comunicazione, arti e media

IULM 5
via Santander, 7

Aula di Montaggio
Regia Audio-Video
Teatro di Posa

IULM 6
via Carlo Bo, 7

IULM Fitness Center
IULM Food Academy
Auditorium
Sala dei 146
Our Food
Contemporary Exhibition Hall
IULM Studios
Coworking

IULM 7
via P. Filargo, 3

Dipartimento di Business, diritto, economia e consur
IULM Movie Lab

RESIDENCE SANTANDER
Via Santander, 5

Sport Hub
Our Lounge
Caffè letterario

RESIDENZA CASCINA MONCUCCO
Via Moncucco, 29/31

Iscrizione e tasse

Iscrizione ai corsi di laurea triennale

Per l'anno accademico 2026/2027 i posti disponibili sono i seguenti:

- **Facoltà di Arti, moda e turismo**

Arti ed eventi culturali ..... 250 posti
Moda e industrie creative ..... 250 posti
Turismo, management e cultura ..... 200 posti

- **Facoltà Interpretariato e traduzione**

Mediazione, interpretariato
e comunicazione interculturale..... 250 posti
Lingue, cultura e comunicazione digitale ..... 100 posti

- **Facoltà Comunicazione**

Comunicazione, media e pubblicità..... 530 posti
Comunicazione d'impresa
e Relazioni pubbliche..... 480 posti
Corporate Communication
and Public relations (in inglese)..... 260 posti

Tutti gli studenti dovranno sostenere un test di ammissione. Per iscriversi al test è necessario registrarsi. La domanda di iscrizione al test viene presentata tramite la procedura online e comporta il versamento di una quota pari a 110 euro. La quota di iscrizione al test non viene rimborsata in nessun caso.

Tutti gli studenti iscritti ai corsi di laurea della Facoltà di Arti, moda e turismo e della Facoltà di Comunicazione dovranno sostenere un test obbligatorio di verifica della conoscenza della lingua inglese (Assessment test), per poter essere indirizzati all'insegnamento di lingua inglese adatto al proprio livello.

Le modalità di iscrizione al test sono disponibili qui!

Iscrizione ai corsi di laurea magistrale

Per l'anno accademico 2026/2027 i posti disponibili sono i seguenti:

- **Facoltà di Arti, moda e turismo**

Arte, valorizzazione e mercato..... 100 posti
Hospitality and Tourism Management ..... 100 posti
Fashion Communication and Luxury Strategies ..... 100 posti

- **Facoltà di Interpretariato e traduzione**

Traduzione, interpretariato e comunicazione
digitale ..... 150 posti

- **Facoltà di Comunicazione**

Intelligenza artificiale, impresa e società..... 65 posti
Marketing, consumi e comunicazione..... 180 posti
Marketing, Consumer Behaviour
and Communication .....80 posti
Strategic Communication ..... 100 posti
Televisione, cinema e new media..... 100 posti

Possono fare richiesta di ammissione a un corso di laurea magistrale tutti gli studenti in possesso di un diploma di laurea e gli studenti iscritti a un corso di laurea triennale che prevedono di laurearsi entro e non oltre il 31 dicembre 2026 (in una sessione dell'a.a. 2025/2026).

La domanda di iscrizione al test viene presentata tramite la procedura online e comporta il versamento di una quota pari a 110 euro. La quota di iscrizione al test non viene rimborsata in nessun caso.

Le prove di ammissione si svolgeranno in più sessioni fino a esaurimento dei posti disponibili. Per ciascun corso di laurea magistrale sono indicati i requisiti di ammissione, le modalità di svolgimento e le date in cui si svolgeranno le prove nei rispettivi regolamenti pubblicati sul portale di ateneo.

Le informazioni per fare domanda di ammissione sono disponibili qui!

Tasse

L'Università IULM ha scelto di assegnare la fascia di contribuzione universitaria, applicata al nucleo familiare, sulla base dell'indicatore ISEE Universitario. Il regolamento per l'assegnazione della fascia contributiva per l'anno accademico 2026/2027 è disponibile sul portale di Ateneo.

Il pagamento delle tasse è ripartito in tre rate: la prima all'atto dell'immatricolazione, la seconda entro il 14 dicembre 2026 e la terza entro il 31 marzo 2027.
Per l'iscrizione a tutte le università gli studenti sono tenuti al pagamento della tassa regionale per il diritto allo studio universitario e all'imposta di bollo.

lauree triennali

valori in €

	I Fascia fino a 13.000	II Fascia 13.001/23.000	III Fascia 23.001/33.000	IV Fascia 33.001/43.000	V Fascia 43.001/57.000	VI Fascia più di 57.000
I rata - all'atto dell'iscrizione	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Tassa regionale e marca bollo	146,00	146,00	146,00	146,00	146,00	146,00
II rata entro il 14/12/2026*	1.400,00	2.200,00	3.000,00	3.800,00	4.600,00	5.500,00
III rata entro il 31/03/2027	600,00	1100,00	1.600,00	2.300,00	2.900,00	3.500,00
Tot. complessivo	3.746,00	5.046,00	6.346,00	7.846,00	9.246,00	10.746,00

lauree magistrali

valori in €

	I Fascia fino a 13.000	II Fascia 13.001/23.000	III Fascia 23.001/33.000	IV Fascia 33.001/43.000	V Fascia 43.001/57.000	VI Fascia più di 57.000
I rata - all'atto dell'iscrizione	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Tassa regionale e marca bollo	146,00	146,00	146,00	146,00	146,00	146,00
II rata entro il 14/12/2026*	1.700,00	2.600,00	3.500,00	4.400,00	5.300,00	6.100,00
III rata entro il 31/03/2027	800,00	1.300,00	2.000,00	2.600,00	3.300,00	4.000,00
Tot. complessivo	4.646,00	6.046,00	7.646,00	9.146,00	10.746,00	12.246,00

* Unitamente alla 2ª rata di tasse e contributi universitari dovrà essere versato il saldo della Tassa regionale per il Diritto allo studio, se dovuto (art. 6 Legge Regionale n. 13 del 7 agosto 2025)

Università IULM
via Carlo Bo 1 - Milano MM2 Romolo

facebook.com/iulm.universita
instagram.com/iulm_university

infopoint
Un servizio attivo dalle 9.00 alle 17.00
per dare una risposta alle tue domande.

numero verde 800 363 363
dall'estero +39 02 89141 2590
infopoint@iulm.it
www.iulm.it