



Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM



L'Università IULM è il polo di eccellenza italiano per la formazione nei settori delle Lingue, della Comunicazione, del Turismo e della Valorizzazione dei beni culturali. La sua offerta formativa, strutturata in 4 Facoltà, include 5 Corsi di Laurea Triennale, 6 Corsi di Laurea Magistrale, numerosi Master.

Qualsiasi sia il Corso da essi prescelto, IULM garantisce ai suoi studenti un imprinting culturale davvero completo e una solida preparazione di base, elementi fondamentali per inserirsi con successo nel mondo del lavoro. Come? Proponendo percorsi didattici innovativi, offrendo servizi all'avanguardia, attivando contatti con il mondo del lavoro, incentivando le esperienze di studio all'estero. Ma anche, e di pari passo, stimolando gli studenti a frequentare le lezioni, a partecipare attivamente alla vita universitaria e alle attività dell'Ateneo, offrendo loro adeguate strutture logistiche (aule capienti, spazi preposti allo studio, laboratori attrezzati...) e garantendo un ottimale rapporto numerico studente-docente. Imparare, dunque, ma anche crescere. Studiare, ovviamente, ma anche 'provare a fare'.

Ulteriore elemento di distinzione dell'Università IULM è la sua sede. Il Campus IULM, esempio di architettura globale e tecnologicamente all'avanguardia, è un luogo di aggregazione concepito per dare spazio allo studio, alla sperimentazione e alla ricerca scientifica, e per offrire spazi abitativi agli studenti non residenti.

I NUMERI PRIMI DELL'UNIVERSITÀ IULM

Il valore dell'Università IULM è testimoniato anche dalle sue cifre.

- 71,4% - I laureati che trovano lavoro entro un anno dalla laurea (+ 9% rispetto alla media nazionale)*
- 41 - Gli anni della sua storia, fatta di evoluzione, partnership e alleanze con le istituzioni e il mondo del lavoro
- 39.000 - La superficie complessiva in mq del Campus, in continua espansione.
- Oltre 6.000 - Le aziende che offrono opportunità di stage e placement agli studenti IULM.
- 73 - Il numero di Università estere collegate al network IULM.
- 2015 - L'anno dell'Expo: IULM sta lavorando all'Osservatorio su comunicazione e consumi alimentari e sul progetto Propedia.

Fonte: Almalaurea, Condizione occupazionale dei Laureati, Indagine 2008



OFFERTA FORMATIVA

FACOLTÀ DI INTERPRETARIATO, TRADUZIONE E STUDI LINGUISTICI E CULTURALI

Preside: Prof. Paolo Proietti

CORSO DI LAUREA IN INTERPRETARIATO E COMUNICAZIONE (CLASSE L-12)

Nel Corso trovano espressione la vocazione storica dell'Ateneo nell'insegnamento delle lingue straniere, nonché la sua specificità nel campo della comunicazione.

Il Corso si avvale della collaborazione con la Scuola Superiore per Mediatori Linguistici Carlo Bo che, da oltre 50 anni, è la più prestigiosa istituzione italiana specializzata nella formazione di interpreti e traduttori.

Operano in sinergia, inoltre, professionisti della comunicazione - attivi nel mondo delle imprese e nei campi della traduzione e dell'interpretariato - e docenti madrelingua che svolgono gli insegnamenti in un Campus moderno e dotato di un polo tecnologico-informatico di ultima generazione.

La natura interdisciplinare del Corso permette di sviluppare una padronanza nella conoscenza delle lingue e un adeguato controllo dei processi comunicazionali nei quali è richiesta una mediazione linguistica, unitamente ad una solida cultura di base, che insieme formano un profilo professionale completo e rispondente alle esigenze del mercato. Le lingue straniere previste sono due, di cui la prima obbligatoriamente inglese e la seconda a scelta tra francese, spagnolo e tedesco.

Completano la formazione linguistica gli insegnamenti opzionali di Lingua e cultura araba, Lingua e cultura cinese, Lingua russa e Lingue e culture nordiche.

Le materie caratterizzanti

Principi di linguistica - Lingua e letteratura italiana - Teoria e prassi dell'interpretariato - Laboratori di lingua e interpretazione consecutiva - Cultura, letteratura e storia relativa ai Paesi della lingua studiata - Storia contemporanea - Laboratorio di Strumenti informatici per la traduzione e l'interpretariato - Psicologia della comunicazione - Letterature comparate - Economia delle aziende e dei mercati internazionali - Organizzazione internazionale

Alcuni possibili sbocchi professionali

Assistente linguistico a figure dirigenziali -

Mediatore culturale - Mediatore linguistico - Tecnici dell'amministrazione e dell'organizzazione

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN TRADUZIONE SPECIALISTICA E INTERPRETARIATO DI CONFERENZA (CLASSE LM-94)

Il Corso ha attivato due differenti curricula.

Curriculum: Interpretariato di conferenza

Il curriculum in Interpretariato di conferenza punta a:

- formare profili dalle elevate competenze culturali e linguistiche (inglese e altra lingua europea a scelta fra francese, tedesco, spagnolo);

- fornire una specializzazione di tipo professionale nell'interpretazione simultanea e consecutiva;

- fornire specifiche conoscenze nel campo dei linguaggi settoriali e tecnici relativi alle lingue straniere studiate;

- affrontare e gestire aspetti pratici e deontologici relativi all'esercizio della professione di interprete di conferenza;

- assicurare un'adeguata formazione nell'area giuridica, della storia contemporanea, della sociologia dei processi culturali e comunicativi, dell'informatica applicata all'interpretazione, nonché un sicuro controllo e gestione della lingua italiana.

I laureati di questo Corso di Laurea magistrale hanno competenze attive e passive nelle tecniche dell'interpretariato coerenti con le necessità espresse dal mondo del lavoro, inteso come impresa privata, istituzioni ed enti pubblici di ambito nazionale e/o internazionale.

Curriculum: Traduzione specialistica

Il curriculum in Traduzione specialistica si propone di offrire un'adeguata formazione specialistica nel campo della traduzione unita ad approfondimenti relativi alle terminologie specialistiche e ad insegnamenti nel campo economico-giuridico, editoriale, pubblicitario, tecnologico, manualistico e multimediale con specifico riferimento ai settori della moda e del design.

I laureati di questo Corso di Laurea magistrale devono possedere profonde competenze nella teoria e pratica della traduzione, nonché specifiche competenze nei linguaggi specialistici. Tali competenze potranno essere spese sia nel campo dell'impresa editoriale, sia nell'ambito delle istituzioni nazionali e internazionali, con particolare attenzione per le strutture Unitarie europee, nonché all'interno di enti e istituzioni operanti nei settori della didattica e della ricerca, gruppi aziendali e banche.



Alcuni possibili sbocchi professionali

Interprete di conferenza (simultanea e consecutiva)
 - Interprete di trattativa - Interprete di comunità
 - Interprete per organizzazioni internazionali
 - Traduttore specialistico (editoria, impresa pubblica o privata, organismi internazionali).

FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E PUBBLICITÀ

Presidente: Prof. Gian Battista Canova

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE, MEDIA E PUBBLICITÀ (CLASSE L-20)

Il Corso ha come obiettivo specifico la formazione di giovani laureati con una solida preparazione nell'area della comunicazione, capaci di operare creativamente nello scenario multimediale contemporaneo. Lo studio del cinema, del teatro, della musica, della radio, della televisione, del giornalismo e della pubblicità, nei contesti storici, estetici, giuridici, linguistici e semiotici di riferimento, verrà veicolato attraverso una prospettiva inserita in un rigoroso quadro socioeconomico e collegato con lo scenario dei new media.

I laureati arriveranno a possedere una conoscenza di base delle caratteristiche tecniche, socio-culturali, organizzative e istituzionali dei principali mezzi di comunicazione e dei loro pubblici di riferimento. Avranno competenze comunicative, linguistiche e informatiche adeguate a comprendere e maneggiare le innovazioni, oltre che a identificare gli strumenti per aggiornare di volta in volta le proprie competenze professionali e le proprie conoscenze sociali in materia. Avranno acquisito infine anche le abilità di base che permetteranno loro di partecipare allo svolgimento di attività di comunicazione per aziende private, della pubblica amministrazione e per l'organizzazione di eventi nel campo della cultura e dello spettacolo.

Le materie caratterizzanti

Introduzione ai media e sociologia dei processi culturali - Storia, critica ed estetica del cinema - Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico
 Creatività e comunicazione pubblicitaria - Mass media, new media e società delle reti - Tecniche e generi della fiction radiotelevisiva - Semiotica
 Psicologia della comunicazione audiovisiva

Alcuni possibili sbocchi professionali

Account agenzie di pubblicità - Community manager - Copywriter - Esperto di comunicazione multi-

mediale e tv interattiva - Event Manager - Manager dello spettacolo - Producer - Tecnico pubblicitario
 - Web account manager - Web content manager - Web marketing manager

CORSO DI LAUREA IN RELAZIONI PUBBLICHE E COMUNICAZIONE D'IMPRESA (CLASSE L-20)

Il Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche e Comunicazione d'Impresa, il primo creato in Italia, è nato per preparare chi intende diventare un professionista nella gestione dei processi di comunicazione interna ed esterna di organizzazioni private e pubbliche.

Un professionista in grado di utilizzare tutti gli strumenti della comunicazione, da quelli pubblicitari, su cui si basa tradizionalmente la promozione di beni e servizi, ai nuovi media legati alla diffusione di Internet che permettono una forte personalizzazione dei messaggi e un'esplicita interazione con l'interlocutore.

Il Corso prepara quindi ad utilizzare un insieme di competenze complesse, che richiedono non solo la comprensione dei meccanismi che governano la comunicazione, ma di quelli che regolano la vita delle istituzioni che la generano e degli individui che la ricevono, e del contesto economico e sociale entro il quale essa assume significato.

Le materie caratterizzanti

Marketing - Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa - Economia aziendale - Consumi e cultura d'impresa - Psicologia e consumi

Alcuni possibili sbocchi professionali

Comunicatore pubblico/istituzionale - Esperto in relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa
 - Product manager - Responsabile comunicazione - Responsabile comunicazione interna - Responsabile promozione - Responsabile relazioni esterne - Responsabile ufficio stampa

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN STRATEGIA E COMUNICAZIONE DELLA MARCA, MODA E DESIGN (CLASSE LM-59)

Il Corso intende formare manager, professionisti e operatori di elevata qualificazione, specializzati nell'analisi, nella progettazione e nella gestione dei prodotti e delle aziende di marca, di moda e di design. Facendo leva sulle qualificate competenze accademico-professionali che caratterizzano l'Università IULM nell'area della marca, dei consumi



e della gestione d'impresa, il Corso propone un percorso formativo di alto profilo scientifico e professionale e di spiccata connotazione interdisciplinare che rappresenta un unicum nel sistema universitario italiano.

La didattica, fondata su un forte rigore scientifico ed accademico e arricchita della presenza di apprezzati professionisti, si articola nelle seguenti aree tematiche fondamentali: branding e consumer behaviour; strategia aziendale e marketing; sociologia e psicologia; strategie e tecniche della comunicazione; economia e diritto della marca; teorie e metodi di analisi quali-quantitativa del consumo.

Alcuni possibili sbocchi professionali

Account manager - Brand manager - Direttore Marketing - Export Manager - Product manager.

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MARKETING, CONSUMI E DISTRIBUZIONE COMMERCIALE (CLASSE LM-59)

Il Corso offre un percorso di formazione specialistico nella gestione degli strumenti di marketing e di comunicazione relativi alla fase di commercializzazione e vendita di beni e servizi. L'obiettivo è formare le figure professionali da inserire nelle funzioni di marketing, trade marketing e category management, incaricate della gestione dell'interfaccia fra impresa e mercato, sia sul fronte delle relazioni con la clientela finale sia di quelle con la distribuzione, che costituisce oggi un importante mercato intermedio.

Il percorso formativo si focalizza sulle seguenti aree tematiche fondamentali: marketing e comunicazione d'impresa; distribuzione commerciale e in-store marketing; ricerche di mercato e studio dei consumi; tutela del consumatore e della concorrenza.

I laureati possono svolgere funzioni manageriali e professionali sia nell'area marketing sia nell'area commerciale di imprese di produzione, di distribuzione e di comunicazione e possono altresì operare presso enti e associazioni di categoria con competenze nel settore del commercio e della distribuzione, e in società di ricerche di mercato.

Alcuni possibili sbocchi professionali

Direttore commerciale - Direttore Marketing - Marketing analyst - Marketing manager - Responsabile commerciale - Retail Manager - Trade marketing manager.

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN TELEVISIONE, CINEMA E NEW MEDIA (CLASSE LM-65)

Il Corso di Laurea magistrale in Televisione, cinema e new media intende formare laureati che abbiano competenze specifiche, teoriche e pratiche, nel settore dello spettacolo e della comunicazione massmediale e che siano capaci di produrre contenuti narrativi e finalizzati per i vari media dello spettacolo (cinema, Tv, radio, teatro, web), ma anche in grado di operare creativamente e progettualmente all'interno delle reciproche influenze che i vari media esercitano l'uno sull'altro.

L'impostazione didattica del corso coniuga ed alterna momenti formativi teorico-critici con momenti più specificamente laboratoriali, nell'intento di formare figure professionali complete, capaci di operare con piena consapevolezza storico-critica in tutte le varie fasi progettuali e operative della produzione audio-visiva e multimediale (sceneggiatura, progettazione, regia, montaggio).

Alcuni possibili sbocchi professionali

Autore di programmi televisivi - Esperto di comunicazione multimediale e tv interattiva - Filmaker - Montatore rvm - Producer - Soggettisti e sceneggiatori cinematografici e televisivi.

FACOLTÀ DI TURISMO, EVENTI E TERRITORIO

Preside: Prof. Alberto Abruzzese

CORSO DI LAUREA IN TURISMO, CULTURE E TERRITORIO (CLASSE L-15)

Il Corso si propone quindi di formare giovani laureati che conoscano bene i problemi della gestione e dell'organizzazione dei servizi turistici, con una solida preparazione, economica, sociologica e culturale, in grado di inserirsi efficacemente nel mercato del lavoro.

Particolare attenzione è rivolta ai temi della valorizzazione e conservazione dei patrimoni materiali e immateriali di cui è ricchissimo il nostro paese ed al turismo sostenibile e consapevole. Per questo è previsto un particolare percorso che faciliti lo sbocco professionale già al termine del triennio.

Materie caratterizzanti

Patrimoni storico-artistici e paesaggi culturali - Economia delle aziende turistiche - Sociologia dei processi culturali e comunicativi - Destination Management e turismo congressuale - Culture del turismo - Marketing del turismo.



Alcuni possibili sbocchi professionali

Responsabile marketing e commerciale in tour operator e network di agenzie di viaggio - Agente di viaggio - Esperto di marketing turistico - Programmatore turistico - Ufficio stampa di organizzazioni/fondazioni culturali e non profit - Web designer per per il turismo e la cultura - Specialista/organizzatore di edutainment - Esperto di turismo e mediazione culturale.

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN PROMOZIONE E MANAGEMENT DELLA CULTURA E DEL TURISMO (CLASSE LM-49)

Il corso di Laurea magistrale in Promozione e management della cultura e del turismo nasce con l'obiettivo di formare professionisti in grado di inserirsi con successo nelle imprese e nelle organizzazioni pubbliche e private dei settori del turismo e della cultura, sia profit che no profit.

Il corso si differenzia rispetto ad altre offerte formative presenti in Italia su questo tema per un approccio multidisciplinare che unisce a solide basi di marketing, strategia, economia e storia dell'arte, competenze di comunicazione, pubblicità e consumi.

I laureati magistrali in Promozione e management della cultura e del turismo sono destinati a svolgere funzioni manageriali presso imprese dei diversi settori della filiera turistica (alberghi, aziende crocieristiche, compagnie aeree, enti gestori di fiere, congressi ed eventi, tour operator, network di agenzie di viaggi), in organizzazioni pubbliche e private che si occupano di promozione e sviluppo di prodotti turistici territoriali e in società di consulenza per lo sviluppo di progetti turistici e culturali, in imprese culturali, enti pubblici con competenze di politica culturale e presso organizzazioni internazionali (Unesco, Istituti di Cultura, ecc.) impegnate in iniziative di politica culturale, secondo una prospettiva di valorizzazione e crescita integrata della cultura e del turismo.

Alcuni possibili sbocchi professionali

Esperto di marketing turistico - Responsabile/Direttore marketing e fundraising fondazioni culturali e non profit - Esperto di turismo e mediazione culturale - Manager culturale - Brand manager ed advertiser del turismo/della cultura.

FACOLTÀ DI ARTI, MERCATI E PATRIMONI DELLA CULTURA

Preside: Prof. Mario Negri

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE NEI MERCATI DELL'ARTE E DELLA CULTURA (CLASSE L-3)

Il Corso ha lo scopo di formare esperti nel settore della comunicazione, della valorizzazione dei beni e degli eventi artistici e culturali nell'ambito di una prospettiva comparativa con i sistemi culturali, economici e giuridici dei Paesi avanzati e dei Paesi in via di sviluppo, nella prospettiva di affiancamento alle più evolute tendenze di investimento nel comparto artistico-culturale (Responsabilità Sociale d'Impresa, Collezionismo Aziendale, Prodotti Finanziari collegati al Bene Artistico).

Il laureato, in possesso di una sicura conoscenza di inglese e spagnolo, innesta su una base culturale e umanistica nozioni e tecniche inerenti la comunicazione aziendale e istituzionale. Inoltre un'appropriatezza visione critica degli apparati urbanistici e del disegno industriale, delle dinamiche sociologiche e psicologiche di riferimento, oltre che al commercio dei prodotti artistici, permetterà una chiara e completa formazione di una professionalità che sappia inserirsi nei mercati della cultura come da esigenze internazionali e direttive comunitarie.

Materie caratterizzanti

Analisi dei movimenti artistici - Tra medioevo e modernità nell'arte: critica e organizzazione museale - Economia dell'arte e della cultura - Psicologia della comunicazione artistica

Alcuni possibili sbocchi professionali

Communication designer per progetti culturali - Curatore e organizzatore di eventi culturali - Operatore culturale presso organizzazioni internazionali - Operatore museale - Organizzatore di eventi (arte e cultura) - Redattore di editoria specializzata artistica e culturale - Responsabile comunicazione per studi di architettura e design - Responsabile pubbliche relazioni per istituzioni culturali.

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN ARTI, PATRIMONI E MERCATI (CLASSE LM-89)

Il Corso di laurea magistrale in Arti, patrimoni e mercati si prefigge l'obiettivo di formare laureati con un'alta specializzazione nel campo delle pro-



fessioni culturali e creative, dalla storia e critica artistica alla ideazione, produzione e gestione di progetti culturali complessi nei campi del patrimonio storico-museale, delle arti visive, performative, multimediali, editoriali, e del design nelle sue varie forme. La formazione dello studente verrà completata attraverso un tirocinio formativo di elevato standard professionalizzante nell'area di riferimento, che si svolgerà presso istituzioni e imprese pubbliche e private, anche all'estero.

Grazie alla struttura consortile che vede partecipare alla sua organizzazione da un lato l'Università IULM, dall'altro La Triennale di Milano, gli studenti potranno frequentare le attività didattiche distribuite per struttura e specificità fra i due enti promotori.

I laureati potranno essere impiegati con funzioni di elevata responsabilità nel settore della gestione e della valorizzazione del patrimonio storico-artistico e paesaggistico, in particolare nell'ambito di fondazioni culturali, musei e collezioni pubbliche e private, soprintendenze, gallerie d'arte ed antiquarie, organizzazioni e agenzie nazionali ed internazionali di promozione culturale e turistica (tra cui gli Istituti Italiani di Cultura all'estero e gli Uffici Italiani per il Commercio Estero), le industrie ed i sistemi finanziari connessi ai mercati dell'arte, nonché gli enti nazionali ed internazionali volti alla tutela del patrimonio storico-artistico ed alla repressione della criminalità collegata.

Alcuni possibili sbocchi professionali

Art advisor per case d'asta, gallerie e fondazioni - Curatore di collezioni e musei aziendali - Direttore di museo - Manager culturale - Manager museale - Project manager per società di progettazione culturale.

MASTER UNIVERSITARI

- Comunicazione per le relazioni internazionali (MICRI)
- Economia del Libro Antico e d'Arte (MECLAdA)
- International Communication (MIC)
- Management dei processi creativi
- Management del Made in Italy. Consumi e comunicazione della moda, del design e del lusso
- Management della comunicazione sociale, politica e istituzionale (MASPI) - IULM Milano e Roma
- Management sanitario per le funzioni di coordinamento (MASA)
- Tourism Management (MTM)
- Giornalismo (biennale)*
- Design-Driven Communication (MDDC)
- Management delle industrie culturali e creative - IULM Roma
- Interpretariato di conferenza - IULM Roma
- Dirigenza delle Istituzioni Scolastiche (MUNDIS) - Il Livello

* Master del Consorzio Campus Multimedia In-Formazione (Gruppo Mediaset e Università IULM)

DATE UTILI PER L'ISCRIZIONE

Per tutti i Corsi di Laurea è attivato un meccanismo di prescrizione che andrà a coprire, fino ad esaurimento, tutti i posti disponibili. Al fine di garantire un buon rapporto numerico e qualitativo docente/discente, fondamentale per la crescita dello studente, l'Università IULM ha infatti da lungo tempo applicato la strategia del numero programmato.

Le preiscrizioni saranno accettate fino al 25/06/2010. Le immatricolazioni si effettueranno dal 28/06/2010, secondo l'ordine di preiscrizione e fino ad esaurimento dei posti disponibili.



LIBERA UNIVERSITÀ DI LINGUE E COMUNICAZIONE IULM

Via Carlo Bo, 1 - 20143 Milano

Tel. 02.891411

Numero Verde: 800 363 363 (dal lun. al ven. dalle 14.00 alle 17.00)

www.iulm.it

UFFICIO ORIENTAMENTO STUDENTI, STAGE & PLACEMENT

Tel. 02.891412340

iulm.orienta@iulm.it

stage@iulm.it

placement@iulm.it

STUDIARE ALL'ESTERO

Ufficio Affari Internazionali

Tel. 02.891412397/2497

affari.internazionali@iulm.it