



Facoltà di Arti e turismo

Corso di Laurea Magistrale in Fashion Communication and Luxury Strategies

Classe di appartenenza LM-92 – Teorie della comunicazione

Nome inglese del corso – Fashion Communication and Luxury Strategies

REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2024/2025

Presentazione

Il Corso di Laurea Magistrale in Fashion Communication and Luxury Strategies (Classe LM-92 R, Teorie della comunicazione) nasce come progetto di CdS internazionale, erogato completamente in lingua veicolare inglese, indirizzato a quanti vogliono perseguire una carriera nella comunicazione della moda e del lusso. Il corso ambisce a rispondere a un bisogno di formazione di alta qualità e mira a formare professionisti che abbiano conoscenza e capacità di comprensione applicate, autonomia di giudizio e abilità comunicative di livello elevato.

Dopo un avvio comune, il secondo anno di corso si articola in due indirizzi che approfondiscono, il primo, i trend globali della moda e, il secondo, le strategie del lusso. Una serie di esperienze formative distribuite nel corso dei due anni (stage, field project, company visit e interazioni nei corsi dei diversi docenti) favorisce un contatto diretto con il mondo dell'impresa e prepara l'ingresso nel mondo del lavoro.

Gli studenti di Fashion Communication and Luxury Strategies studiano in modo approfondito gli ambiti specifici della comunicazione della moda e del lusso e contestualmente affrontano le discipline che consentono di mettere a fuoco il comportamento degli agenti, le sue determinanti, il contesto storico e internazionale. Il confronto con discipline sociologiche, politologiche, filosofiche, antropologiche, economiche stimola una piena comprensione di tendenze che riguardano la moda ma, con essa, anche in generale la nostra contemporaneità. Tramite la sua offerta formativa il corso ambisce a fornire una cultura di contesto imprescindibile per padroneggiare appieno le evoluzioni della percezione e dunque del mercato della moda e del lusso. In particolare, mira alla piena comprensione dell'interazione fra estetica e comunicazione, all'acquisizione di rudimenti di neuroscienze per l'economia, alla conoscenza dei linguaggi specifici della comunicazione e del lusso nelle sue diverse declinazioni storiche, a un approfondimento dei contesti del mondo contemporaneo sotto i profili sociale, politico ed economico.

Per il tramite di un opportuno lavoro di coordinamento fra i docenti, il Corso cercherà di stimolare modalità di verifica dell'apprendimento il più possibile omogenee, nel rispetto delle specifiche disciplinari e della libertà d'insegnamento. In particolare, si cercherà di stimolare il ricorso a case histories e a un approccio generalmente riconducibile al metodo storico, pur con le opportune varianti disciplinari, per trovare elementi omogenei nell'eterogeneità dei corsi offerti.



Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo

Il CdL in Fashion Communication and Luxury Strategies mira a formare professionisti che abbiano conoscenza e capacità di comprensione applicate, autonomia di giudizio e abilità comunicative di livello elevato, per esercitare un'attività, con funzioni anche di responsabilità, nei vari comparti delle imprese della moda e del lusso ai fini di studiare, progettare e gestire attività di comunicazione.

L'acquisizione delle competenze necessarie per comprendere, progettare e realizzare attività di comunicazioni nei settori della moda e del lusso richiede una forte conoscenza specifica dei contesti nei quali si svolgono tali attività; una capacità di lettura dei diversi contesti produttivi e commerciali a livello internazionale, fondata sulle comprensione delle loro specificità culturali; la padronanza della lingua inglese (nella quale verranno erogati gli insegnamenti) e degli strumenti della comunicazione digitale; spiccate capacità relazionali.

Il primo anno di studi vuole offrire insegnamenti che aiuteranno a sviluppare il pensiero critico, a mettere a punto la comprensione delle abitudini e delle dinamiche di consumo, inserite nell'opportuno contesto storico e sociale, ad affrontare con consapevolezza marketing e comunicazione d'impresa. Contestualmente, anche attraverso un corso a forte vocazione laboratoriale legato al design thinking, gli studenti verranno avvicinati alle abilità relazionali necessarie per affrontare proficuamente il lavoro in team e dunque l'esperienza lavorativa.

Nel secondo anno, lo studente potrà scegliere fra un indirizzo disegnato per accompagnarlo a comprendere meglio il mondo del Fashion e uno invece pensato per avvicinarlo a scenari e problemi del settore del Luxury.

Le conoscenze acquisite nel primo indirizzo consentiranno allo studente di situare appieno l'attività dell'industria del fashion nei diversi contesti culturali dai quali la sua promozione non può prescindere, consentendogli di sviluppare un approccio personale e innovativo alla strutturazione di opportune strategie di comunicazione.

Le conoscenze acquisite nel secondo indirizzo porteranno lo studente a inquadrare nella sua dimensione più opportuna il lusso, comprendendone le dimensioni culturale, sociologica ed economica, apprendendo così a sviluppare strategie di comunicazione opportune e tarate su diversi ambiti sociali e demografici.

Entrambi gli indirizzi vedono inoltre la presenza di un Field Project, al quale è affidato l'avvicinamento alla realtà professionale e che troverà opportuna strutturazione attraverso una serie di partnership strategiche. Tale attività rappresenta il necessario campo di prova per abilità trasversali, di carattere relazionale e comunicativo, che saranno comunque enfatizzate nei diversi insegnamenti e opportunamente valorizzate anche attraverso le prove di verifica.

Al fine di sviluppare le competenze analitiche e decisionali, l'attività formativa si avvarrà di metodi tesi a stimolare la partecipazione attiva degli studenti. Per il tramite di un opportuno lavoro di coordinamento fra i docenti, il CdS cercherà di stimolare modalità di insegnamento e verifica quanto



più omogenee. In particolare, si cercherà di stimolare il ricorso a case history e a un approccio generalmente riconducibile al metodo storico, pur con le opportune varianti disciplinari, per trovare elementi omogenei nell'eterogeneità dei corsi offerti. All'interno dei singoli insegnamenti, verranno ospitate testimonianze eccellenti per stimolare gli studenti a un confronto diretto e attivo con il mondo professionale.

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

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il corso di laurea mira ad accrescere la conoscenza e la comprensione delle dinamiche dei settori della moda e del lusso.

I laureati acquisiranno conoscenze e capacità teoriche e applicative riguardanti:

- le dinamiche della comunicazione specifica del mondo della moda e del lusso;
- lo studio dei linguaggi specifici della moda e del lusso, in una prospettiva multidisciplinare (antropologica, filosofica, sociologica, storica);
- l'analisi delle tendenze, a livello internazionale, dei settori della moda e del lusso e dell'evoluzione delle relative tecniche di comunicazione.

Verranno fornite le conoscenze di carattere sociale ed economico per comprendere gli scenari, i contesti competitivi, le modalità organizzative delle imprese della moda e del lusso, unitamente alle conoscenze necessarie per comprendere l'evoluzione dei comportamenti degli attori coinvolti.

A seconda dell'indirizzo scelto dallo studente al secondo anno, le conoscenze saranno attinenti più al settore della moda oppure a quello del lusso.

I laureati nel percorso di Fashion Communication and Luxury Strategies approfondiranno le conoscenze sviluppate nel percorso triennale e le integreranno ulteriormente grazie all'apporto di insegnamenti che consentiranno loro di sviluppare una piena conoscenza dei linguaggi settoriali e mediologici, una visione completa delle attività produttive del sistema moda e del mondo del lusso, una attenta consapevolezza della loro dimensione internazionale, cognizione precisa dei problemi e delle sfide che presentano sul piano gestionale.

Le attività didattiche sono organizzate primariamente come lezioni frontali, cui si aggiungono in alcuni casi attività applicative di supporto o esercitazioni. Sarà fatto ampio ricorso a casi di studi e testimonianze eccellenti. Il corso prevede una attività di Field Project, di carattere maggiormente professionalizzante che vede un più elevato protagonismo dello studente nell'articolazione di un progetto nei contesti di riferimento, volto a preparare a mansioni di responsabilità.

Al momento del conseguimento del titolo lo studente dovrà pertanto possedere le seguenti competenze:

- competenze teoriche e metodologiche avanzate, finalizzate all'analisi dei fenomeni comunicativi nel mondo della moda e del lusso;
- capacità di applicare le conoscenze acquisite in modo creativo, a linguaggi, registri e contesti culturali differenti;
- abilità necessarie per coordinare, costruire, semplificare e sintetizzare messaggi e contenuti attinenti i settori della moda e del lusso.

La valutazione dell'apprendimento avviene al termine del singolo insegnamento attraverso le verifiche formali che dovranno valutare le conoscenze apprese dal singolo studente. Coerentemente



con recenti esperienze della Facoltà di Arti e Turismo e con il profilo dell'Ateneo, un'attenzione particolare sarà riservata ad accompagnare lo sviluppo delle abilità espressive e comunicative allo studente.

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

I laureati sapranno applicare le conoscenze apprese per saper produrre nuovi contenuti inerenti il mondo della moda e del lusso e adattarli a diversi contesti culturali, e mezzi di comunicazione, oltre a saperli esaminare criticamente.

Essi svilupperanno inoltre abilità di sintesi e semplificazione dei messaggi, coerentemente con un processo di educazione all'autonomia di giudizio, che include la capacità di comprendere e valutare le responsabilità etiche e sociali delle rispettive funzioni svolte.

La struttura del corso, in ragione degli insegnamenti laboratoriali quanto dell'approccio multidisciplinare, stimola la flessibilità, la capacità di apprendere in modo auto-diretto e autonomo, la sensibilità per questioni di carattere organizzativo e gestionale. Attraverso un ampio ricorso a testimonianze e studi di caso, l'attività di studio e ricerca autonoma sarà costantemente portata a confrontarsi con i settori oggetto specifico del corso di studi.

La valutazione dell'apprendimento avverrà, anche in itinere, attraverso prove d'esame e lavori individuali o anche di gruppo svolti all'interno dei singoli insegnanti e attraverso i progetti realizzati anche in collaborazione con le aziende

Autonomia di giudizio (making judgements)

Lo studente svilupperà capacità critica nella lettura delle dinamiche di mercato e delle determinanti culturali dei settori della moda e del lusso, avrà capacità di ricerca e analisi autonoma per interpretare le tendenze in questi settori e saprà utilizzare le competenze teoriche e metodologiche apprese per realizzare e sintetizzare contenuti.

Gli insegnamenti previsti del Corso si caratterizzano per fornire strumenti culturali per un pensiero critico e per la dinamica attiva.

L'obiettivo delle pur diverse modalità di docenza ricordate è rivolto a sviluppare negli studenti capacità di giudizio.

Gli studenti saranno stimolati attraverso esercitazioni e discussioni alla proposta di soluzioni originali.

Un corso a forte vocazione laboratoriale legato al design thinking al primo anno e la presenza di un Field Project al secondo aiuteranno lo studente a sviluppare la propria attitudine al problem solving.

Abilità comunicative (communication skills)

Il laureato, avendo conseguito una conoscenza approfondita degli apparati teorici di riferimento, dei linguaggi specialistici e degli strumenti tecnici più efficaci, sarà in grado di impostare una strategia di comunicazione finalizzata a un obiettivo commerciale; interagire efficacemente con i media; garantire la coerenza della comunicazione e situarla nel contesto culturale di riferimento.

Tali abilità saranno oggetto di un lavoro continuo, non solo attraverso insegnamenti specifici ma anche grazie a una didattica che contempla esercitazioni, lavori di gruppo, frequenti occasioni di interazioni. E' obiettivo del corso sviluppare attitudine al problem solving e al lavoro di team.

Tali abilità verranno verificate in sede d'esame; nella comunicazione del field project del secondo anno e nella discussione della tesi di laurea.

Capacità di apprendimento (learning skills)



Il laureato avrà acquisito le conoscenze e il metodo per proseguire, nel suo percorso professionale, con autonomia e capacità critica. Gli sarà facile impegnarsi per il proprio costante aggiornamento, mettendo in campo capacità acquisite in un percorso formativo ambizioso.

La preparazione di esami, la partecipazione a seminari e workshop, lavori individuali e di gruppo, lo svolgimento di stage e tirocini in Italia e all'estero consentiranno allo studente di mettere costantemente alla prova le proprie capacità.

La verifica delle medesime è attestata dal superamento dei singoli esami; dalla partecipazione attiva ai singoli corsi; dal field project di fine corso e dalla discussione della tesi di laurea.

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

Nell'ambito del CdS completano la formazione le seguenti attività formative affini:

- nel primo anno di studi, un corso di storia della filosofia (6 CFU), per attrezzare con la piena consapevolezza dei linguaggi della moda e del lusso e dei percorsi di storia del pensiero con cui si sono intrecciati; e un corso nell'area della storia dell'arte contemporanea (6 CFU), pensato per consentire agli studenti di leggere con più precisione i sottotesti dei linguaggi della moda. Le conoscenze così acquisite andranno a strutturare un vocabolario comune, da affinare ulteriormente nel secondo anno di corso. L'interesse per la dimensione estetica e storica vuole rappresentare un plus del corso di studi, allenando lo studente a cogliere ogni minimo dettaglio della dimensione creativa.

- Nel secondo anno di studi, per entrambi gli indirizzi è previsto un Field Project (6 CFU), attività fortemente caratterizzante che vede lo studente impegnato nell'articolazione di un progetto nei contesti professionali di riferimento. Lo studente potrà inoltre scegliere attività formative a scelta per un totale di 12 CFU. Tramite tali attività formative, lo studente potrà acquisire competenze utili a completare il proprio piano di studi in modo personalizzato, privilegiando gli insegnamenti a lui più congeniali.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Il Corso di Laurea in Fashion Communication and Luxury Strategies prepara ad assumere ruoli di responsabilità nell'ambito della comunicazione della moda e del lusso e a tale scopo mira a formare quelle competenze critiche, relazionali e strategiche particolarmente adatte a esercitare ruoli di organizzazione e responsabilità.

Il corso ambisce a formare profili professionali quali: Global Communication Manager, Event Manager, Fashion Trend Forecaster, Brand Consultant.

Norme relative all'accesso

A partire dall'**11 dicembre 2023** potranno presentare domanda di ammissione attraverso la procedura online illustrata a questa pagina nella sezione "[Domanda di ammissione](#)" le seguenti tipologie di candidati:



- *laureati e laureandi interni*: laureati o iscritti per l'a.a. 2023/24 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2023/24 (ovvero entro il 31 dicembre 2024) nel Corso di laurea in *Moda e industrie creative*;
- *laureati e laureandi esterni e laureati e laureandi italiani con titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero*: laureati presso altri Atenei o presso l'Università IULM in Corsi di studio diversi da quelli sopra elencati, iscritti presso altri Atenei o presso l'Università IULM in Corsi di studio diversi da quelli sopra elencati per l'a.a. 2023/24 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2023/24 (ovvero entro il 31 dicembre 2024);
- *laureati e laureandi stranieri (UE e/o extra UE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero*: cittadini stranieri (UE e/o extra UE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero. Verranno valutate caso per caso le carriere di studenti che prevedano di laurearsi entro il 31 dicembre 2024.

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

100 posti

2. Quota di partecipazione al test di ammissione

L'iscrizione al test comporta il versamento di una quota pari a € 100. La quota di iscrizione al test non viene rimborsata in nessun caso (fatta eccezione la mancata effettuazione del test per esaurirsi dei posti disponibili o per volontà degli Organi di governo dell'Ateneo). La mancata partecipazione al test da parte del candidato per qualsivoglia ragione non costituisce motivo di rimborso.

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

3. Requisiti curriculari di ammissione

La Segreteria studenti verificherà che il laureato o il laureando sia in possesso di almeno uno dei seguenti requisiti curriculari:

1) avere conseguito o stare per conseguire il **titolo di laurea triennale** in una delle seguenti **Classi di laurea (o equipollenti)** o titolo straniero equivalente:

- L-1 Beni culturali
- L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
- L-4 Disegno industriale
- L-5 Filosofia
- L-10 Lettere
- L-11 Lingue e culture moderne
- L-12 Mediazione linguistica
- L-15 Scienze del turismo
- L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
- L-20 Scienze della comunicazione



- L-24 Scienze e tecniche psicologiche
- L-31 Scienze e tecnologie informatiche
- L-40 Sociologia

Oppure, per i candidati che abbiano conseguito o stiano per conseguire il **titolo di laurea triennale in Classi diverse da quelle sopra elencate:**

2) avere acquisito almeno **60 CFU in uno o più dei seguenti settori scientifico-disciplinari** (nel proprio percorso di laurea triennale, oppure tramite il superamento di singoli corsi universitari, oppure tramite l'ottenimento di un titolo di master universitario) **così articolati nei seguenti settori scientifico-disciplinari (SSD)** entro le date di presentazione della domanda di ammissione:

- a) **almeno 18 CFU** complessivamente in uno o più dei seguenti SSD: L-ART/03, L-ART/05, L-ART/06, L-ART/07
- b) **almeno 12 CFU** complessivamente in uno o più dei seguenti SSD: SECS-P/01, SECS P/02, SECS-P/04, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10, SECS-P/12
- c) **almeno 6 CFU** complessivamente in uno o più dei seguenti SSD: ICAR/13, ICAR/17

e i **restanti** complessivamente in uno o più dei seguenti SSD:

- INF/01, ING-INF/01
- L-FIL-LET/10, L-FIL-LET/11, L-FIL-LET/14
- L-LIN/01, L-LIN /03, L-LIN/04, L-LIN/10, L-LIN/11, L-LIN/12
- SPS/02, SPS/04, SPS/07, SPS/08, SPS/09
- M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06
- M-FIL/01, M-FIL/03, M-FIL/04, M-FIL/05
- M-DEA/01
- M-STO/02, M-STO/04, M-STO /05, M-STO/06

Verranno valutate caso per caso, sulla base dei piani di studio, le domande di **studenti o diplomati provenienti dalle istituzioni di Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica (AFAM) o dalle Scuole Superiori per Mediatori linguistici (SSML)** secondo quanto previsto dalla normativa di riferimento. Prima di effettuare la domanda di ammissione online gli studenti provenienti da istituzioni AFAM o SSML dovranno inviare un certificato con esami dettagliato all'indirizzo email: ammissioni.magistrali@iulm.it. Solo dopo l'approvazione da parte del Referente del Corso di laurea magistrale i candidati potranno presentare domanda di ammissione online.

4. Requisito linguistico: conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2

Per l'ammissione al Corso di laurea magistrale in Fashion Communication and Luxury Strategies è indispensabile la conoscenza della lingua inglese a livello almeno pari al B2 (standard CEFR), da verificare con una delle seguenti modalità:

- aver conseguito una delle seguenti certificazioni linguistiche dopo il 1° gennaio 2022: IELTS con punteggio almeno pari a 5,5; TOEFL iBT con punteggio almeno pari a 87; Cambridge English con punteggio almeno pari a 165
- avere ottenuto (in Italia o all'estero) il titolo di laurea di primo livello in un Corso erogato lingua inglese



- avere superato il test Linguaskill presso l'Università IULM con valutazione almeno pari a 165 (solo per studenti IULM)
- superare l'Assessment test (proposto senza costi aggiuntivi dall'Università IULM) con livello almeno B2 in entrambe le sezioni Listening e Use of English
- avere già superato l'Assessment test presso l'Università IULM con un esito almeno pari a B2 in entrambe le sezioni Listening e Use of English in una delle sessioni di ammissione dell'a.a. 2023/24 (e comunque non prima del 1° febbraio 2023)

L'Assessment test (Oxford Placement Test, proposto online senza costi aggiuntivi dall'Università IULM) è previsto nelle seguenti date:

- I sessione: 14 febbraio e 6 marzo 2024
- II sessione: 10 e 23 aprile 2024
- III sessione: 18 giugno 2024 (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)
- IV sessione: date da definire solo in caso di disponibilità di posti residui

Il requisito linguistico si intende acquisito con il superamento dell'Assessment test con livello almeno pari a B2 in entrambe le sezioni Listening e Use of English.

5. Conoscenza della lingua italiana

I candidati non madrelingua italiana e/o cittadini non italiani sono tenuti a dichiarare il livello di conoscenza della lingua italiana all'atto dell'iscrizione al test di ammissione e a conseguire, entro il termine del percorso di studi, la richiesta idoneità attestante "la padronanza scritta e orale" anche della lingua italiana. A tal proposito, i candidati non madrelingua italiana e/o cittadini non italiani dovranno prendere visione delle "Modalità di accertamento e acquisizione del livello di conoscenza della lingua italiana" pubblicato sul portale d'Ateneo.

6. Sessioni di svolgimento dei test di ammissione e termini di presentazione della domanda di ammissione

- I sessione: **28 marzo 2024**
- II sessione: **7 maggio 2024** (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)
- III sessione: **3 luglio 2024** (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)

La domanda di ammissione dovrà essere presentata entro

- I sessione: 26 febbraio 2024
- II sessione: 17 aprile 2024
- III sessione: 11 giugno 2024 (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)

Gli studenti che non abbiano superato il test in una sessione potranno candidarsi in una delle successive, tramite la [procedura online](#), senza il versamento di un'ulteriore tassa, previa verifica della disponibilità dei posti.



Le date dei test già programmate potrebbero subire variazioni, che verranno comunicate ai candidati in tempo utile.

I test verranno svolti in modalità online.

7. Criteri di ammissione

Laureati e laureandi interni: i laureati o iscritti per l'a.a. 2023/24 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2023/24 (ovvero entro il 31 dicembre 2024) nel Corso di laurea in *Moda e industrie creative* che presenteranno domanda di ammissione per la prima e la seconda sessione saranno inseriti, senza sostenere alcuna prova, in una graduatoria di ammissione ordinata in base alla media aritmetica dei voti (arrotondata al secondo decimale), alla quale si accede secondo i seguenti criteri:

- per i laureandi il possesso di almeno 120 CFU al 17 febbraio 2024 e media non inferiore a 26/30;
- per i laureati il voto medio di presentazione all'esame di laurea (non il voto di laurea convertito in trentesimi) non inferiore a 26/30.

I candidati interni in possesso dei suddetti requisiti devono essere in possesso anche del requisito linguistico, ovvero della conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2 (vedi punto 4).

Verranno ammessi i candidati in graduatoria fino a un massimo di 50. Nel caso in cui il contingente riservato per laureati e laureandi interni si esaurisse, i candidati interni rimasti esclusi potranno sostenere (nel caso fin dalla prima sessione) il medesimo test di ammissione previsto per gli studenti esterni e ne seguiranno i medesimi criteri di ammissione e selezione (senza alcuna differenziazione tra interni ed esterni).

Gli studenti interni in difetto dei predetti requisiti di merito potranno candidarsi al pari degli studenti esterni, ovvero secondo i medesimi criteri di ammissione e selezione, senza alcuna differenziazione tra interni ed esterni (si veda più sotto).

Gli studenti interni coinvolti in periodi di mobilità internazionale nel primo semestre che intendono partecipare al test della prima sessione dovranno segnalarlo all'atto della presentazione della domanda di ammissione e via email a ammissioni.magistrali@iulm.it, onde potere tenere conto (ai fini della verifica del requisito del possesso dei 120 CFU) dei CFU conseguiti all'estero in attesa di riconoscimento.

Eventuali variazioni al contingente dei posti riservati ai candidati interni potranno essere comunicate una settimana prima della data di svolgimento del test.

Laureati e laureandi esterni e laureati e laureandi italiani con titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero: l'ammissione degli studenti laureati esterni sarà stabilita in base ai risultati del test di ammissione, integrato dai punti acquisiti attraverso una valutazione di merito stabilita a partire dal voto di laurea triennale.

I punti di merito saranno attribuiti secondo la seguente tabella:

Voto di Laurea

fino a 88/110	= 0 punti
da 89 a 98/110	= 1 punti
da 99 a 110/110	= 2 punti
110/110 con lode	= 3 punti

I laureandi esterni potranno sostenere il test a condizione che abbiamo verbalizzato:



- per la prima sessione almeno 120 CFU alla data del 26 febbraio 2024
- per la seconda sessione almeno 120 CFU alla data del 17 aprile 2024
- per la terza sessione almeno 130 CFU alla data dell'11 giugno 2024

L'ammissione sarà stabilita in base ai risultati del test, integrato dai punti attribuiti sulla base della media dei voti degli esami (arrotondata al secondo decimale) verbalizzati alle date sopra indicate.

I punti di merito saranno attribuiti secondo la seguente tabella:

Media dei voti (arrotondata al secondo decimale)

fino a 25,99/30 inclusi	= 0 punti
da 26/30 a 27,99/30 inclusi	= 1 punti
da 28/30 a 29,99/30 inclusi	= 2 punti
30/30	= 3 punti

I candidati che avranno ottenuto un punteggio complessivo (voto del test + punteggi di merito) maggiore o uguale a 23 saranno considerati ammessi. In caso di un numero di posti inferiore al numero degli ammessi, verrà definita una graduatoria basata sul punteggio complessivamente ottenuto (voto del test + punteggi di merito) arrotondato al secondo decimale. A parità di punteggio si considereranno i punti di merito derivanti dal voto di laurea o dalla media dei voti conseguiti al momento della presentazione della domanda. In caso di ulteriore parità, sarà data precedenza, nell'ordine, al candidato che ha ottenuto un punteggio superiore nelle domande del test tese ad accertarne le competenze linguistiche (lingua inglese) e, infine, alla data di presentazione della domanda (fa fede la data e l'ora di pagamento).

I candidati che avranno ottenuto un punteggio complessivo (voto del test + punteggi di merito) inferiore a 18 saranno dichiarati non ammessi; potranno candidarsi in una delle successive sessioni facendone esplicita richiesta alla Segreteria studenti.

I candidati che avranno ottenuto un punteggio complessivo (voto del test + punteggi di merito) maggiore o uguale a 18 e inferiore a 23 saranno inseriti in una lista di attesa a cui si accederà, in ordine di graduatoria, sino all'esaurimento dei posti disponibili, non prima della seconda sessione, previa segnalazione da parte della segreteria studenti, che verrà espressa non prima del 13 maggio 2024.

La graduatoria sarà stabilita in relazione al voto complessivo ottenuto da ogni candidato (voto del test + punteggi di merito). A parità di punteggio si considererà il voto di laurea o la media dei voti conseguiti al momento della presentazione della domanda. In caso di ulteriore parità, sarà data precedenza, nell'ordine, al candidato che ha ottenuto un punteggio superiore nelle domande del test tese ad accertarne le competenze linguistiche (lingua inglese) e, infine, alla data di presentazione della domanda.

Ai fini della formulazione della graduatoria è obbligatorio presentare

- per i laureandi un certificato/autocertificazione firmata con esami sostenuti (rilasciato dal proprio Ateneo) **che riporti espressamente la media dei voti degli esami superati**
- per i laureati un certificato/autocertificazione con voto di laurea ed esami sostenuti (rilasciato dal proprio Ateneo)

entro le seguenti date:

- entro il 26 febbraio 2024 per la prima sessione
- entro il 17 aprile 2024 per la seconda sessione



- entro l'11 giugno 2024 per la terza sessione

Qualora non fosse possibile fornire un certificato sarà possibile compilare una dichiarazione sostitutiva di certificazione tramite la [procedura online](#).

Previa disponibilità dei posti è sempre possibile ripetere il test nella sessione successiva (annullando il punteggio precedentemente acquisito) oppure chiedere di essere inseriti nella graduatoria successiva mantenendo il punteggio precedentemente acquisito (naturalmente se superiore o uguale a 18).

Verranno ammessi i candidati in graduatoria fino a un massimo di 50 complessivamente nelle prime due sessioni.

Eventuali variazioni al contingente dei posti riservati ai candidati esterni potranno essere comunicate una settimana prima dalla data di svolgimento del test. In particolare, potranno essere assegnati al contingente dei candidati esterni eventuali posti non coperti dal contingente dei candidati interni

Laureati e laureandi stranieri (UE e/o extra UE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero: dopo la valutazione dei requisiti curriculari, è previsto un colloquio individuale (da effettuarsi a distanza e non necessariamente nelle date previste nelle sessioni), il cui esito è un giudizio di idoneità o non idoneità. Agli studenti stranieri idonei verranno assegnati, fuori graduatoria, i posti disponibili per i candidati esterni nella prima sessione o della graduatoria unica nelle successive sessioni. I candidati non madrelingua italiana e/o cittadini non italiani sono tenuti a dichiarare il livello di conoscenza della lingua italiana all'atto dell'iscrizione al test di ammissione e a conseguire, entro il termine del percorso di studi, la richiesta idoneità attestante la padronanza scritta e orale anche della lingua italiana (vedi punto 5).

8. Conferma dell'iscrizione

L'immatricolazione è confermata con il pagamento della prima rata.

Gli ammessi nella prima sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **15 aprile 2024**.

Gli ammessi nella seconda sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **30 maggio 2024** (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE).

Gli ammessi nella terza sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **29 luglio 2024** (solo in caso di disponibilità di posti residui).

In base al numero degli ammessi e ai posti residui i termini per le immatricolazioni potrebbero essere ridotti per consentire lo scorrimento della eventuale graduatoria.

Per gli studenti interni iscritti per l'a.a. 2023/24 al terzo anno dei Corsi di laurea, candidati per la prima sessione all'immatricolazione dei Corsi di laurea magistrale per l'a.a. 2024/25, la scadenza per il versamento della terza rata dell'a.a. 2023/24 è posticipata al 20 aprile 2024 (anziché al 31 marzo).

Per gli studenti non ancora in possesso del diploma di laurea l'immatricolazione è da considerarsi "con riserva" fino al conseguimento del titolo. Gli ammessi "con riserva" sono tenuti ad aggiornare, tramite i [Servizi online](#), la data di conseguimento e la votazione dell'esame di laurea nonché ad allegare un certificato di laurea (o autocertificazione) non appena gli stessi verranno resi noti e disponibili e comunque non oltre il 31 dicembre 2024.

Agli studenti che non perfezioneranno l'iscrizione per mancato ottenimento del titolo di laurea triennale entro il 31 dicembre 2024 l'iscrizione verrà annullata d'ufficio. **In nessun caso è previsto il rimborso della prima rata versata né della quota di partecipazione alla prova di ammissione.**

9. Modalità di svolgimento del test



La prova di ammissione è finalizzata ad accertare la preparazione dei candidati nelle seguenti aree tematiche:

- storia della moda e del design
- storia dell'arte contemporanea
- marketing digitale
- attività pratiche informatiche
- lingua inglese a livello almeno B2.

e consiste in test scritto in lingua inglese composto da 44 domande multiple-choice. Sono previste inoltre ulteriori 16 domande finalizzate a saggiare le competenze del candidato nelle seguenti aree e che non concorrono alla definizione del punteggio finale ai fini della composizione della graduatoria: comprensione del testo, logica, ragionamento numerico e verbale. Non sono previste penalità in caso di risposta omessa o errata. Per rispondere alle 60 domande è previsto un tempo massimo complessivamente pari a 50 minuti.

10. Bibliografia consigliata per la preparazione al test

Per preparare il test, ai candidati viene consigliata la preparazione dei seguenti testi, unitamente alla consuetudine con un manuale di lingua inglese (competenze linguistiche almeno di livello B2).

Marketing digitale

David Chaffrey, *Digital Marketing*, London, Pearson, 2019.

Storia dell'arte contemporanea

H.E. Read, *A Concise History of Modern Painting*, Thames & Hudson, London, 1974.

Storia del design

Domitilla Dardi & Vanni Pasca, *Design History Handbook*, Cinisello Balsamo, Silvana Editoriale, 2019.

Storia della moda

Rebecca Arnold, *Fashion. A Very Short Introduction*, Oxford, Oxford University Press, 2009.

Valerie Mendes, Amy de la Haye, *Fashion Since 1900*, London, Thames & Hudson, 2021.

Si raccomanda inoltre la lettura di:

Yuniya Kawamura, *Fashion-ology. Fashion Studies in the Postmodern Digital Era*, London, Bloomsbury, 2023.

Informatica di base

D. Curtin, K. Foley, K. Sen e C. Morin, *Informatica di base*, Sesta edizione, 2016, McGraw-Hill.

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

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



Organizzazione del Corso di Laurea

Il Piano degli Studi del Corso di Laurea Fashion Communication and Luxury Strategies è articolato in due anni di corso durante i quali lo studente deve acquisire 120 CFU (Crediti Formativi Universitari) e comprende attività formative e laboratori vincolati, attività formative a scelta e la prova finale.

La tabella seguente descrive il piano degli studi del Corso di Laurea Magistrale nel primo anno in IULM e nei due indirizzi di specializzazione alternativi.

**PIANO DEGLI STUDI DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
FASHION COMMUNICATION AND LUXURY STRATEGIES (COMUNICAZIONE DELLA MODA
E STRATEGIE DEL LUSSO)**

LM-92 R Classe delle lauree magistrali in TEORIE DELLA COMUNICAZIONE)

I ANNO A. A. 2024/25

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA	AMBITO DISCIPLINARE	CFU
Strategie per la sostenibilità [Sustainability Strategies for Luxury and Fashion]	SECS-P/08	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociali, economiche e giuridiche	6
Estetica del lusso [Aesthetics of Luxury]	M-FIL/04	<i>Caratterizzante</i>	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	6
Antropologia della moda e del lusso [Anthropology of Fashion and Luxury]				12
Antropologia del consumatore [Consumer Anthropology]	M-DEA/01	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociali, economiche e giuridiche	6
Linguaggi della moda [Fashion Narratives]	M-FIL/06	<i>Affine</i>	Attività formative affini o integrative	6
Scienze cognitive per l'economia [Cognitive Foundations of Economics]	M-FIL/02	<i>Caratterizzante</i>	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	6
Comunicazione del lusso [Luxury Communication]				12



Brand Heritage and Storytelling	SPS /08	<i>Caratterizzante</i>	Discipline cognitive e dei linguaggi mediali	6
Fashion and Luxury Events	L-ART/03	<i>Affine</i>	Attività formative affini o integrative	6
Sistemi strategici e informativi per il marketing [Digital Trends and Marketing Statistics]				12
Sistemi informativi e trend digitali [Digital Trends]	INF/01	<i>Caratterizzante</i>	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	6
Statistica per il marketing [Analytics and Global Consumer insight]	SECS-S/05	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociali, economiche e giuridiche	6
Team and Project Management	ICAR/13	<i>Caratterizzante</i>	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	6

**II ANNO A. A. 2025/2026
INDIRIZZO: GLOBAL TRENDS**

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA	AMBITO DISCIPLINARE	CFU
Relazioni internazionali e Linguaggi della globalizzazione [International Relations and Global Fashion]				12
Relazioni internazionali [International Relations]	SPS/02	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociali, economiche e giuridiche	6
Linguaggi della globalizzazione [Global Fashion]	M-FIL/05	<i>Caratterizzante</i>	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	6



Sociologia delle tendenze della moda [Fashion Trends]	SPS/08	<i>Caratterizzante</i>	Discipline cognitive e dei linguaggi mediali	6
Moda, comunicazione, tendenze internazionali [Global Communication Management for Fashion]	SECS P/08	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociali, economiche e giuridiche	6
Strategie di marketing e comunicazione digitale [Digital Interaction Engagement Strategies]	ING-INF/05	<i>Caratterizzante</i>	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	6

Field project	<i>Altre attività formative</i>	Per tirocini e orientamento professionale	6
----------------------	---------------------------------	---	----------

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA	<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	12
------------------------------------	---------------------------------	-------------------------	-----------

TESI	<i>Prova finale</i>	Prova finale	12
-------------	---------------------	--------------	-----------

**II ANNO A. A. 2025/2026
INDIRIZZO: LUXURY STRATEGIES**

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA	AMBITO DISCIPLINARE	CFU
Immaginari del lusso [Imaginery of Luxury]				12
Storia del lusso contemporaneo [History of Contemporary Luxury]	M-STO/04	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociali, economiche e giuridiche	6
Scenari del lusso [Scenarios of Luxury]	L-ART/06	<i>Caratterizzante</i>	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	6



I settori del lusso [Luxury Sectors]	SPS/09	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociali, economiche e giuridiche	6
Strategie di marketing per il lusso [Luxury Marketing Strategies]	SECS-P/08	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociali, economiche e giuridiche	6
Relazioni pubbliche per brand di lusso [Luxury PR for High-end Brands]	SPS/08	<i>Caratterizzante</i>	Discipline cognitive e dei linguaggi mediali	6
Field project	<i>Altre attività formative</i>	per tirocini e orientamento professionale		6
ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA	<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente		12
TESI	<i>Prova finale</i>	Prova finale		12

Si precisa che gli studenti avranno la possibilità di scegliere i corsi “a scelta” tra quelli suggeriti per il proprio Corso di Laurea Magistrale, oppure selezionare gli insegnamenti attivati presso le università partner.

Per la compilazione del piano degli studi lo studente potrà usufruire del supporto della Segreteria Studenti.

Oltre alla lingua inglese il Corso di laurea magistrale promuove la conoscenza della lingua italiana.

Regolamento relativo alle modalità di acquisizione e di accertamento dell'apprendimento della lingua italiana

Il DM 1649/2023 prevede che, per la classe LM-92 Classe delle lauree magistrali in TEORIE DELLA COMUNICAZIONE, tra gli obiettivi formativi qualificanti “*Oltre l'italiano, le laureate e i laureati nei corsi della classe devono essere in grado di utilizzare fluentemente almeno una lingua straniera, in forma scritta e orale, con riferimento anche ai lessici disciplinari.*”.

In virtù di questa premessa vengono di seguito stabilite le modalità con le quali accertare l'eventuale conoscenza pregressa della lingua italiana o, in alternativa, di conseguimento di una idoneità in seguito alla frequenza di un insegnamento di lingua italiana e al superamento del relativo esame.

Per l'acquisizione della predetta idoneità sono possibili le seguenti opzioni:

1. possesso di una **certificazione linguistica di livello almeno pari a B1 (standard CEFR)** purché ottenuta dopo il 1° gennaio 2022;



2. possesso di un **titolo di studio di scuola secondaria superiore/laurea** conseguito in Italia o all'estero presso istituzione scolastica italiana di ordinamento italiano.

L'eventuale possesso dei predetti titoli dovrà essere comunicato alla Segreteria studenti in fase di iscrizione al test di ammissione.

Il solo possesso dei requisiti di cui ai punti 1 e 2 non dà di per sé luogo ad alcuna esenzione o altro beneficio, ma consente unicamente di soddisfare quanto previsto dagli obiettivi formativi qualificanti della Classe di laurea LM-92 relativamente alla conoscenza della lingua italiana. In particolare, gli studenti in possesso di uno o più dei requisiti di cui ai punti 1 e 2 non potranno chiederne la valorizzazione nella forma di esonero dal sostenimento di alcun esame (vincolato o opzionale) previsto dal piano degli studi.

Gli immatricolati non in possesso di nessuno dei requisiti di cui ai punti 1 e 2 saranno invitati a dichiarare, in fase di iscrizione al test di ammissione, il livello di conoscenza della lingua italiana. Chi dichiarerà un livello superiore a quello di "principiante" dovrà sostenere, nel mese di **settembre 2024** (prima dell'avvio delle attività didattiche), un test di accertamento del livello di conoscenza della lingua italiana:

- se il livello risulterà pari a almeno B1 lo studente otterrà automaticamente l' idoneità prevista;
- se il livello risulterà inferiore a B1 ma non principiante assoluto (livello circa A2) lo studente potrà frequentare, fin dal primo anno, il corso extracurricolare di **Italian Language and Culture**, attivato presso la Facoltà di Comunicazione, al termine del quale sostenere il relativo esame di idoneità. Tale esame potrà essere sostenuto anche dai non frequentanti il corso, che hanno deciso di prepararsi autonomamente. **L'esame finale dell'insegnamento di Italian Language and Culture potrà dare come esito solo un giudizio di idoneità (senza votazione, né acquisizione di CFU).**
- se il livello risulterà principiante assoluto lo studente potrà frequentare il corso extracurricolare di **Italian language for beginners** al primo anno e accedere al corso extracurricolare di **Italian Language and Culture** al secondo anno.

L' idoneità dovrà in ogni caso essere conseguita entro la data di presentazione della domanda di laurea; in alternativa entro la medesima data potrà essere presentata una certificazione della conoscenza della lingua italiana di livello almeno B1.

Metodo didattico

Il corso si caratterizza per un metodo didattico attivo che stimola un apprendimento critico. Gli insegnamenti previsti dal corso prevedono l'acquisizione di solide conoscenze teoriche, attraverso le quali lo studente potrà sviluppare autonoma capacità di lettura della realtà. Il ricorso a studi di caso, workshop e testimonianze aiuterà l'applicazione dei concetti presentati in aula a situazioni reali. Il corso ambisce a coinvolgere gli studenti in un dialogo fattivo fra mondo professionale e discipline teoriche.

Frequenza ai corsi

La frequenza ai corsi ufficiali impartiti presso l'Ateneo non è obbligatoria ma fortemente consigliata.



Modalità d'esame

La modalità di verifica del profitto nel primo anno di corso è regolamentata dall'art. 18 del Regolamento Didattico di Ateneo che recita:

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

La Commissione degli esami di profitto, deliberata dal Preside della Facoltà, è composta dal professore titolare della materia che svolge le funzioni di Presidente e da almeno un altro componente, possibilmente docente ufficiale o ricercatore dello stesso gruppo disciplinare. In caso di insegnamenti ufficiali articolati in moduli didattici, il Presidente della Commissione è nominato dal Preside tra i docenti responsabili di moduli che fanno parte della Commissione. Ove sia impossibile comporre la Commissione con la presenza – oltre al professore ufficiale – di docenti ufficiali o ricercatori, possono essere chiamati a farne parte i cultori della materia, proposti dal Presidente della Commissione stessa ed approvati – previo esame del loro curriculum – dal Consiglio della Facoltà.

In caso di elevato carico di iscritti, la Commissione può articolarsi in sottocommissioni, operanti sotto la responsabilità del docente titolare dell'insegnamento.



Link di consultazione della Procedura di verbalizzazione degli esami di profitto
<https://www.iulm.it/it/myiulm/come-fare/modalita-verbalizzazione-esami>

Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame

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

CALENDARIO DELLE LEZIONI

1° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

dal 23 settembre al 21 dicembre 2024

dal 23 settembre al 31 ottobre 2024

dal 12 novembre al 21 dicembre 2024

2° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

dal 17 febbraio al 31 maggio 2025

dal 17 febbraio al 29 marzo 2025

dal 7 aprile al 31 maggio 2025

Modalità di svolgimento delle attività didattiche

- Corso di 24 ore (3 CFU)** 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di un ciclo didattico.
- Corso di 48 ore (6 CFU)** 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.
- Corso di 72 ore (9 CFU)** 3/4 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 3/4 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.
- Corso di 96 ore (12 CFU)** 4/5 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 4/5 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre
in
o 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni
entrambi i semestri.

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

ESAMI DI PROFITTO

Sessione d'esami dedicata agli studenti di scambio internazionale dal 16 al 20 dicembre 2024



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

I sessione (IV sessione A.A. 2023/2024 per studenti in debito d'esami rispetto ad anni precedenti)	dall'8 gennaio al 15 febbraio 2025 (3 appelli)
II sessione	dal 3 giugno al 10 luglio 2025 (3 appelli)
III sessione	dal 26 agosto al 20 settembre 2025 (2 appelli)

SESSIONI DI LAUREA

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

Il **calendario didattico** è pubblicato sul portale dell'Università alla pagina
<https://www.iulm.it/it/myiulm/corsi/magistrali/fashion-communication-and-luxury-strategies/fashion-communication-and-luxury-strategies>

Vedi sezione QUICK LINKS

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

Stage/Field Project

Il piano degli studi prevede la realizzazione di uno stage curriculare. Lo stage può essere sostituito da attività alternative definite nel Regolamento Stage/Field Project del Corso di laurea Magistrale.

Il Regolamento è pubblicato sul sito:

<https://www.iulm.it/it/myiulm/corsi/magistrali/fashion-communication-and-luxury-strategies/fashion-communication-and-luxury-strategies>

Prova finale

Per il conseguimento della laurea magistrale è prevista la presentazione di una tesi elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un docente relatore. La tesi, redatta in lingua inglese, prevede la stesura di un elaborato relativa a un lavoro di progettazione, ricerca o analisi di caso che dimostri sia la padronanza degli argomenti sia la capacità di operare autonomamente negli ambiti di studio del Corso di laurea magistrale e della comunicazione.

L'elaborato, una volta approvato dal relatore, viene valutato da una Commissione secondo quanto previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo e dalle Modalità di organizzazione e valutazione della Prova finale definite del Consiglio di Facoltà per ciascun anno accademico.

Vedi **Modalità di organizzazione e valutazione della Prova finale, definite dal Consiglio di Facoltà per ciascun anno accademico**, pubblicate alla pagina:

<https://www.iulm.it/it/myiulm/corsi/magistrali/fashion-communication-and-luxury-strategies/fashion-communication-and-luxury-strategies>



nella sezione **ELABORATO FINALE/TESI DI LAUREA.**