



**Università IULM
Facoltà di Comunicazione**

**Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità
Classe di appartenenza L-20 Scienze della comunicazione
Nome inglese del corso: Communication, media and advertising**

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI STUDI
PER LA COORTE DI IMMATRICOLATI NELL' ANNO ACCADEMICO 2022/2023**

Presentazione

Il Corso di Laurea Triennale in Comunicazione, media e pubblicità propone un progetto formativo solido e allo stesso tempo flessibile, capace di aderire alla complessità e al dinamismo del mondo professionale dei media e dello spettacolo, che rappresenta tuttora il primo comparto al mondo per investimenti, profitti e possibilità occupazionali.

Gli studenti vengono sollecitati a sviluppare e nutrire le proprie capacità creative attraverso lo studio approfondito dei linguaggi dei media tradizionali e digitali (televisione, cinema, stampa, pubblicità, radio, teatro, piattaforme, digital and social media), e ad una ricca e diversificata pratica laboratoriale, attenta alla costante evoluzione del mercato e delle professioni.

“Sapere” e “saper fare” costituiscono i due poli attorno ai quali si articola un percorso didattico dinamico e stimolante, volto a sollecitare e consolidare lo spirito critico, l’apertura mentale e l’intelligenza creativa: caratteristiche sempre più richieste oggi dal mercato delle industrie creative, dello spettacolo e della comunicazione digitale.

La didattica si basa sulla complementarità tra gli strumenti del pensiero critico e creativo forniti dalla solida componente teorica del piano degli studi, e le competenze tecniche e professionalizzanti fornite da una intensa attività laboratoriale; quest’ultima è prevista non solo nei numerosi insegnamenti opzionali, ma anche nell’offerta dei corsi vincolati, e coinvolge nella docenza noti professionisti della comunicazione, della pubblicità e dei media tradizionali e digitali.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità, nella classe delle lauree in Scienze della comunicazione, si prefigge l’obiettivo di formare laureati con una solida preparazione nella comunicazione, declinata nello scenario mediale contemporaneo.

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

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

Attento alle esigenze in costante evoluzione di un mercato del lavoro ricco di sfide e opportunità, il Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità si configura come un percorso formativo dinamico e flessibile, orgoglioso della propria tradizione ormai più che collaudata, ma al tempo stesso aperto e disponibile ad esplorare sempre



nuove strade, nella convinzione che la comunicazione (nelle molteplici forme nelle quali si declina) rappresenti una delle più rilevanti e stimolanti chiavi di accesso alla complessità del mondo contemporaneo globalizzato.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità fornisce ai suoi laureati le competenze necessarie per comprendere, analizzare e interpretare i linguaggi dei media contemporanei, tradizionali e digitali, delle industrie creative e dello spettacolo dal vivo. Le competenze teoriche di base permettono di individuare il contesto storico, economico, politico, istituzionale, culturale e sociale entro il quale si inserisce ed opera la comunicazione mediale in tutte le sue forme espressive. Lo studio dei linguaggi specifici del teatro, della stampa, del cinema, della radio, della televisione, della pubblicità, della musica, delle forme digitali della comunicazione mediale (social and digital media), si unisce alla conoscenza approfondita delle pratiche di analisi dei contenuti mediali dal punto di vista della psicologia sociale, della metodologia della ricerca sociale, e dell'analisi del testo, avvalendosi degli strumenti analitici e critici delle discipline semiotiche, letterarie e narratologiche applicate allo studio dei testi mediali.

Lo studente acquisisce gli strumenti teorici, critici e analitici necessari per sviluppare una lettura approfondita del sistema dei media - tradizionali e digitali - inserito nella società contemporanea, e sviluppa le capacità analitiche, critiche e creative che lo mettono in grado di operare attivamente sia nell'interpretazione, sia nella creazione originale di contenuti comunicativi efficaci, permettendogli di agire professionalmente nell'ambito delle industrie creative, sia sotto l'aspetto strategico di supporto alle aziende mediali, sia sotto l'aspetto creativo di ideazione di contenuti per la pubblicità e per i media tradizionali e digitali.

Le competenze linguistiche acquisite durante il corso, sia in lingua inglese durante il triennio, sia in una annualità di una lingua straniera a scelta, permettono di operare con sicurezza nel mercato dei media contemporanei.

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

Il laureato in Comunicazione, media e pubblicità acquisisce capacità applicare conoscenza e comprensione nel campo dell'interpretazione e gestione dei linguaggi dei media tradizionali e digitali. Tali conoscenze vengono applicate alla progettazione di contenuti originali per i media e la pubblicità, alla gestione dei processi e degli obiettivi comunicativi delle industrie creative e dello spettacolo, all'applicazione delle tecniche di ricerca e analisi dei contenuti mediali.

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

Tali capacità vengono sviluppate grazie alla preparazione sia teorica che pratica, garantita dai numerosi corsi sotto forma di laboratori e con modalità didattiche basate sulla partecipazione attiva dello studente alla realizzazione di prodotti creativi per i media.

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

Autonomia di giudizio (making judgements)

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



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

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

Abilità comunicative (communication skills)

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

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

La verifica avverrà principalmente attraverso le prove d'esame finali e in itinere, e ai lavori individuali e di gruppo previsti nel corso dei singoli insegnamenti.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato avrà acquisito capacità di studio e di apprendimento autonomo, indispensabili sia per accedere a percorsi di formazione di secondo livello, sia per elaborare e applicare in modo critico, in contesti professionali, le informazioni sviluppate durante il percorso formativo e verificate negli esami finali.

Le attività seminariali e laboratoriali, che caratterizzano molti insegnamenti del Corso di Studio, costituiranno un costante terreno di prova e confronto delle capacità di assimilazione e analisi dei contenuti.

Lo sviluppo di capacità autonome di analisi costituisce l'obiettivo specifico della prova finale, che si configura al tempo stesso come strumento di verifica delle conoscenze acquisite e, e come prima occasione per mettersi alla prova nella produzione di una ricerca originale.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Il Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità permette ai laureati ad inserirsi nel composito mondo professionale delle industrie creative, preparandoli alla creazione e gestione di contenuti per i media digitali e per la pubblicità; all'organizzazione della produzione di contenuti radiotelevisivi, cinematografici e teatrali; all'organizzazione e gestione di eventi culturali e di spettacoli dal vivo.

Il corso prepara alle professioni di:

**PROFESSIONISTI NELL'ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE RADIOTELEVISIVA,
CINEMATOGRAFICA, TEATRALE**

funzione in un contesto di lavoro:

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



<p>competenze associate alla funzione: Conoscenza approfondita dei linguaggi e delle dinamiche produttive dei media tradizionali e digitali. Capacità creative. Flessibilità, proattività. Capacità di lavoro in team</p>
<p>sbocchi occupazionali: I ruoli possibili sono, ad esempio: assistente di redazione e di produzione radiofonica, televisiva, cinematografica; segretario di produzione; segretario di redazione</p>
<p>PROFESSIONISTI NELLA GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI CULTURALI E SPETTACOLI DAL VIVO</p>
<p>funzione in un contesto di lavoro: Collaborazione alla progettazione e all'organizzazione di eventi dal vivo legati al mondo dei media, della cultura e dello spettacolo (concerti, spettacoli teatrali, presentazione di prodotti mediali, manifestazioni pubbliche legate all'ambito dei media)</p>
<p>competenze associate alla funzione: Capacità organizzativa; flessibilità; produttività; problem solving; conoscenza approfondita delle dinamiche e logiche creative e produttive dei media tradizionali e digitali. Capacità di lavoro in team.</p>
<p>sbocchi occupazionali: Collaboratore all'organizzazione di eventi culturali e di spettacoli dal vivo per il teatro, il cinema, la televisione, la radio, la musica dal vivo; ufficio stampa per la televisione, il cinema, la radio, il teatro, la musica, le piattaforme e le istituzioni pubbliche; meeting planner.</p>
<p>PROFESSIONISTI NELLA GESTIONE E CREAZIONE DI CONTENUTI PER I MEDIA DIGITALI, LA PUBBLICITÀ E LE INDUSTRIE CREATIVE</p>
<p>funzione in un contesto di lavoro: Ideazione e redazione di testi informativi e pubblicitari per beni e/o servizi da diffondere a mezzo stampa, radio, televisione, social media, web e altri mezzi di comunicazione tradizionale e digitale.³</p>
<p>competenze associate alla funzione: Competenze di tipo ideativo/creativo, orientate allo sviluppo di contenuti informativi e tecnici specifici per i media tradizionali (cinema, televisione, radio, stampa), i social media e i media digitali. Capacità di lavorare in team; conoscenza approfondita della creatività e del linguaggio pubblicitario tradizionale e digitale; competenza sulle dinamiche produttive e sulle strategie comunicative delle industrie creative e mediali.</p>
<p>sbocchi occupazionali: I ruoli possibili sono, ad esempio: ideatore e redattore di testi pubblicitari per i media digitali; social and digital manager per le industrie creative e i media tradizionali e digitali; junior account; junior producer pubblicitario; tecnico pubblicitario.</p>

Norme relative all'accesso

Tutte le informazioni sulle norme relative all'accesso al corso di laurea sono consultabili al seguente [link](#).



Organizzazione del Corso di Studi

Il Piano degli Studi del Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità è articolato in tre anni, durante i quali lo studente deve acquisire 180 CFU (crediti formativi universitari) e comprende attività formative e laboratori vincolati, attività formative a scelta e la prova finale.

Il credito formativo universitario (CFU) rappresenta l'unità di misura del lavoro richiesto ad uno studente per ogni attività svolta al fine di conseguire un titolo di studio universitario.

Il lavoro di un anno corrisponde convenzionalmente a 60 crediti circa. Ad esempio, per l'attività formativa tipica, che è il corso di insegnamento cui segue un esame che valuta la qualità e quantità dell'apprendimento, il lavoro svolto dallo studente consisterà nelle ore di lezioni frontali e di didattica integrativa richieste dal corso d'insegnamento, cui vanno aggiunte le ore di studio personale o comunque di impegno individuale non formalizzato. I crediti si acquisiscono con il superamento degli esami o altre forme di verifica del profitto.

Per conseguire la laurea, lo studente deve acquisire 180 crediti con il superamento degli esami e il conseguimento delle idoneità previsti dal Piano degli studi relativamente a:

1. attività formative e laboratori vincolati;
2. attività formative a scelta dello studente;
3. la prova finale.

Il Corso di Studi si articola in un solo curriculum che prevede l'attribuzione di crediti formativi.

Piano di studi

I ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	CFU
Analisi dei testi mediali	M-FIL/05	6
Linguaggi del cinema	L-ART/06	6
Linguaggi del corpo e della voce Teatro moderno e contemporaneo Comunicazione radiofonica	L-ART/05 SPS/08	12 6 6
Linguaggi del web Comunicazione digitale Laboratorio di web design	L-ART/06 ICAR/13	12 6 6
Linguaggi della pubblicità	SPS/09	6
Sistemi informativi e trend digitali	INF/01	6
Sociologia dei media	SPS/08	6
Professional English I	L-LIN/12	6

II ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	CFU
Storia contemporanea	M-STO/04	6



Storia e culture del cinema Storia del cinema		9 6
<i>Un insegnamento a scelta tra:</i> Estetica del cinema	L-ART/06	3
o Marketing del cinema		3
Linguaggi della TV Storia e modelli della TV		9 6
<i>Un insegnamento a scelta tra:</i> Analisi dei programmi televisivi	L-ART/06	3
o Analisi dei pubblici e degli ascolti televisivi		3
Comunicazione pubblica e politica	SPS/08	6
Psicologia della comunicazione audiovisiva	M-PSI/01	6
Professional English II		6
Lingua e cultura seconda lingua straniera	L-LIN/04 L-LIN/07 L-LIN/14 L-LIN/21 L-OR/21	6
ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA		12

III ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	CFU
Linguaggi del giornalismo Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico		9 6
<i>Un insegnamento a scelta tra:</i> Reportage televisivo	SPS/08	3
o Raccontare la cronaca nel web		3
Letteratura e media Narrazioni dell'era digitale		9 6
<i>Un insegnamento a scelta tra:</i> Le pratiche dell'adattamento	L-FIL-LET/14	3
o Gli immaginari dell'intermedialità		3
Laboratorio di musica per i media	L-ART/07	6
OPPURE A SCELTA:		
Laboratorio di creatività pubblicitaria	SPS-08	6
Economia politica e dei media	SECS-P/01	9



Metodologia e tecnica della ricerca sociale		9
Metodologia e tecnica della ricerca sociale		6
<i>Un insegnamento a scelta tra:</i>	SPS/07	
Immagini e società		3
o Mercato e consumi		3
Professional English III		6

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA		6
------------------------------------	--	----------

PROVA FINALE		6
---------------------	--	----------

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA CONSIGLIATE ATTIVATE NELL' A.A 2022/23	SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	CFU
Comunicazione del design	SPS/08	6
Comunicazione della moda	SPS/08	6
Comunicazione, mass media e crimine	M-PSI/07	6
Comunicazione sportiva	SPS/08	6
Critical Thinking	SPS/08	6
Culture visuali dell'Asia: cinema, fumetti, serie TV	L-ART/06	6
Culture del colore nei cinema e nei media	L-ART/06	6
Digital and social media creative communication (in lingua inglese)	ICAR/13	6
Racconti d'animazione	L-FIL-LET/14	6
Forme e pratiche della critica musicale	L-ART/07	6
Il marketing con i media digitali	SECS-P/08	6
Laboratorio di copywriting	L-FIL-LET/12	6
Laboratorio di scrittura creativa	L-FIL-LET/14	6
Laboratorio di giornalismo	SPS/08	6
Laboratorio di regia teatrale	L-ART/05	6
Laboratorio di regia pubblicitaria	L-ART/05	6
Laboratorio di ufficio stampa e media relations	L-ART/06	6
Leadership and creative thinking (in lingua inglese)	ICAR/13	6
Organizzazione e gestione degli eventi culturali	SPS/08	6
Poesia, canzone e rap	L-FIL-LET/11	6
Storia del cinema italiano	L-ART/06	6
Silenzio e comunicazione	SPS/08	6
Storia del fumetto	L-ART/06	6
TV: modelli e professioni	L-ART/06	6

Per l'acquisizione dei 18 CFU delle attività a scelta, gli studenti avranno la possibilità di effettuare la loro opzione fra tutti gli insegnamenti a scelta attivati presso i Corsi di Studi di primo livello dell'Ateneo.



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

Tipologie e forme didattiche

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

Frequenza

La frequenza alle lezioni non è obbligatoria, benché caldamente consigliata.

Modalità di verifica del profitto

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

La modalità di verifica del profitto è regolamentata come segue:

1. Le Facoltà disciplinano le modalità di verifica del profitto dirette ad accertare l'adeguata preparazione degli studenti iscritti ai corsi di studio, ai fini della prosecuzione della loro carriera scolastica e della acquisizione da parte loro dei crediti corrispondenti alle attività formative seguite. Tali accertamenti, sempre individuali, devono avere luogo in condizioni che garantiscano l'approfondimento, l'obiettività e l'equità della valutazione in rapporto con l'insegnamento o l'attività seguita e con quanto esplicitamente richiesto ai fini della prova.
2. Gli accertamenti possono dare luogo a votazione (esami di profitto) o a un semplice giudizio di approvazione o non approvazione (test di idoneità).
3. Le prove di valutazione del profitto possono essere orali e/o scritte, 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 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.

Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame

Il calendario didattico, l'orario delle lezioni e gli appelli d'esame sono pubblicati sul portale dell'università nella pagina dedicata al [Corso di laurea](#).



L'organizzazione della didattica è su base semestrale e i semestri sono a loro volta suddivisi in due cicli di lezioni.

A.A. 2022/2023:

1° SEMESTRE

I CICLO

II CICLO

dal 26 settembre al 23 dicembre 2022

dal 26 settembre al 5 novembre 2022

dal 14 novembre al 23 dicembre 2022

2° SEMESTRE

I CICLO

II CICLO

dal 13 febbraio al 20 maggio 2023

dal 13 febbraio al 18 marzo 2023

dal 27 marzo al 20 maggio 2023

Vacanze di Pasqua: dal **7 all'11 aprile 2023**

Sono previste **3 sessioni di esami di profitto**, per un totale di **7 appelli** per ciascun insegnamento più una **sessione d'esami dedicata agli studenti di scambio internazionale dal 16 al 23 dicembre 2022**

I^a sessione

II^a sessione

III^a sessione

dal 9 gennaio all'11 febbraio 2023 (2 appelli)

dal 22 maggio al 5 luglio 2023 (3 appelli)

dal 28 agosto al 23 settembre 2023 (2 appelli)

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

Riconoscimento delle carriere pregresse degli studenti provenienti da rinuncia agli studi

Agli studenti iscritti al Corso di Studio in Comunicazione media e pubblicità provenienti da rinuncia agli studi (alla IULM o in altro Ateneo), è possibile riconoscere la carriera progressa in base ai seguenti criteri:

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

Riconoscimento dei periodi di studio effettuati all'estero

Le modalità per il riconoscimento delle attività formative effettuate all'estero sono regolamentate come segue:

1. L'Università IULM favorisce gli scambi di studenti con Università straniere. Agli studenti sono fornite annualmente adeguate indicazioni ed informazioni sulle attività che possono essere svolte presso le sedi straniere e i relativi riconoscimenti.

2. Le attività svolte all'estero da studenti iscritti all'Ateneo anche nell'ambito di programmi di scambio con istituzioni universitarie straniere sono riconosciute valide ai fini della carriera scolastica e possono dare luogo all'acquisizione di crediti formativi, purché compiute nel rispetto delle norme di cui al presente articolo e delle determinazioni specifiche delle competenti strutture didattiche.



3. Possono essere riconosciute come attività di studio svolte all'estero:

- a) la frequenza di corsi di insegnamento;
- b) il superamento di esami di profitto, eventualmente da completare con prove integrative;
- c) le attività formative relative alla preparazione della prova finale per il conseguimento del titolo, e della tesi nel caso di corso di laurea magistrale, eventualmente usufruendo dell'assistenza di un docente straniero;
- d) le attività di laboratorio e quelle di tirocinio, secondo le determinazioni della competente struttura didattica.

4. Le modalità per il riconoscimento sono definite – con motivata delibera – dal Consiglio di Facoltà o dal Consiglio della struttura didattica competente.

5. Nella certificazione degli studi compiuti viene indicata anche l'attività svolta all'estero.

6. L'Università IULM può adottare, previo accordi a livello transnazionale con altre Università, curricula che concretizzino l'ipotesi di conseguimento di titoli di studio congiuntamente con altri Atenei Italiani e stranieri.

Prova finale

Alla fine del percorso formativo lo studente deve produrre un proprio elaborato scritto su un argomento relativo a uno degli insegnamenti previsti dal Piano degli studi.

L'elaborato può essere un saggio o uno studio di caso e deve contenere un adeguato apparato bibliografico.

Nello sviluppo dell'elaborato, lo studente è seguito da un docente che lo aiuta nella definizione dell'argomento, nell'impostazione del lavoro e nella ricerca bibliografica e documentale.

L'elaborato finale può essere redatto in lingua inglese, previa approvazione del docente che ne seguirà lo sviluppo; lo studente dovrà comunque completarlo con un riassunto (non meno di 8.000 battute) in lingua italiana.

[Regolamento per le modalità di discussione dell'elaborato finale](#)