



## Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM

### Facoltà di Arti e Turismo

Corso di Laurea in Turismo, management e cultura  
Classe di appartenenza L-15 Scienze del turismo  
Nome inglese del corso - Tourism, Management and Culture

#### REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2024/2025

##### Presentazione

Il Corso di Laurea in Turismo, management e cultura, nella classe delle Lauree in Scienze del turismo, ha come obiettivo precipuo la formazione di giovani laureati con una conoscenza approfondita delle tecniche di analisi del contesto territoriale, del management delle imprese turistiche, anche nella evenienza di start-up, unitamente a un apparato storico-critico di riferimento e una solida preparazione, per quanto riguarda il rapporto tra turismo e sviluppo locale, arte, cultura, creatività, organismi internazionali e comunicazione digitale.

Il percorso formativo si basa:

- 1) sulla costante verifica delle richieste del mercato del lavoro, sull'evoluzione strutturale e strategica del settore turistico, con particolare riferimento alle strategie competitive, all'internazionalizzazione e all'emersione di nuovi attori e di innovative politiche del territorio e dello sviluppo sostenibile;
- 2) sull'adeguato equilibrio tra l'acquisizione di competenze gestionali e manageriali e la padronanza di conoscenze di carattere culturale (storiche, artistiche ed ambientali), che costituiscono il contesto entro cui qualunque tipo di attività turistica si progetta e si sviluppa.

Il Corso di Laurea Triennale in Turismo, management e cultura offre una formazione in grado di rispondere alle diversificate prospettive di impiego che caratterizzano il settore turistico, uno dei pochi settori dell'economia in rapida crescita in Italia e nel mondo. Accanto a questo profilo consolidato, il Corso di Laurea costruisce un percorso formativo innovativo, proiettato sugli scenari aperti della globalizzazione, nei quali il laureato IULM possa cogliere le potenzialità di sviluppo sia delle imprese, sia dei luoghi, in un orizzonte di sostenibilità e di attenzione ai patrimoni culturali.

Alle conoscenze del management e del territorio, si affiancano numerosi strumenti capaci di rafforzare le risorse e le competenze personali: dalle nuove tecnologie (ICT) alle tecniche di promozione e fruizione dei beni e delle attività culturali, dagli strumenti di analisi della destinazione al diritto.

Altro obiettivo perseguito nel ripensamento dell'offerta formativa è una maggiore preparazione degli studenti nella lingua inglese, per consentire loro di operare in realtà europee e internazionali.

Al secondo anno è prevista Lingua e cultura della Seconda lingua straniera (una a scelta tra francese, spagnolo o tedesco).

Il Corso di Laurea si articola al terzo anno in due percorsi di “comunicazione del turismo” e di “management e organizzazione del turismo” che hanno l'obiettivo, unitamente allo stage e alla prova finale, di delineare figure professionali fortemente caratterizzanti e innovative. La didattica del terzo anno si articola, infatti, in due indirizzi, che condivideranno il focus sul turismo rispettivamente declinato da un lato in contesto urbano, sulla narrazione e sulla comunicazione dei territori necessari alla progettazione culturale e all'organizzazione di eventi, alla comunicazione e alla promozione di un sistema territoriale, dall'altro negli ambiti di diversificazione dei ricavi, delle risorse umane, delle piattaforme digitali e dell'analisi strategica e di performance utili al management ed all'organizzazione della filiera turistica alberghiera.

Lo studente apprende, anche attraverso una serie di attività laboratoriali, come rimodellare le competenze tradizionali secondo la flessibilità richiesta da un mondo del lavoro che comprende lo sviluppo delle destinazioni declinate nell'ottica delle politiche e dei processi di governance, l'evoluzione del turismo, il



management degli eventi, i processi di territorializzazione e le politiche, il marketing e la comunicazione digitale, il product design, le piattaforme di distribuzione online, l'importanza delle strategie competitive e della misurazione delle performance e la priorità delle reti tra le aziende, le organizzazioni e le imprese no profit, la pubblica amministrazione, i destination manager e le organizzazioni internazionali, le fondazioni operative ed erogative.

Altresì, lo studente viene preparato per inserirsi in contesti di sviluppo sostenibile, di dialogo interculturale e di valorizzazione sostenibile, in linea con le norme e le direttive europee ed internazionali, in ciò supportato dalla padronanza nella lingua inglese, che permetta di veicolare trasversalmente la conoscenza, nei mercati nazionali ed internazionali.

### **Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo**

Gli obiettivi formativi sono coerenti con le discipline di base economiche, geografiche, sociali e culturali, di chiara interdipendenza nel mercato turistico. I profili di sbocco corrispondono ai contesti lavorativi della ospitalità, del management della destinazione, della cultura, dell'ambiente e del territorio, in grado di assicurare competenze applicate e di mettere i laureati in condizione di operare in modo polivalente in ambito privato e pubblico, manageriale e culturale. Il percorso formativo, in linea con i principali profili professionalizzanti in uscita, include ad esempio l'utilizzo di tecniche multimediali di promozione e fruizione sostenibile dei beni e delle attività culturali e inserisce le specifiche competenze dei laureati nei rispettivi contesti (culturale, economico e sociale) su scala locale, nazionale e internazionale, anche grazie alla conoscenza di almeno due lingue dell'Unione europea e con il supporto degli strumenti della comunicazione integrata, della multimedialità e della business analytics.

Al primo anno le conoscenze economiche, manageriali e organizzative si innestano sulla comprensione della geografia, della storia, delle scienze sociali e della comunicazione digitale. A questo impianto formativo si aggiungono gli insegnamenti nell'area dell'information and communication technology e della lingua inglese. Si formano così le basi per profili professionali come il progettista di itinerari e prodotti turistici che, supportato da competenze gestionali, realizza itinerari e prodotti coordinandosi con gli amministratori del territorio. Al secondo anno le politiche del territorio, lo studio dei patrimoni e gli approcci giuridici consentono di maturare lo studio del contesto e della governance di destinazione, in una prospettiva di vantaggio competitivo e sostenibilità, utili all'esperto di marketing ed al revenue manager che coniugano l'analisi dei target con il product design, sviluppando altresì la comunicazione istituzionale, di prezzo e di prodotto.

I temi della competizione e sostenibilità ritornano al terzo anno, coniugati con approfondimenti di strategie e governance. La didattica del terzo anno si articolerà, infatti, in più indirizzi, che condivideranno il focus sul turismo rispettivamente declinato, da un lato in contesto urbano, sulla narrazione e sulla comunicazione dei territori necessari all'organizzatore di eventi e all'esperto nella comunicazione e nella promozione di un sistema territoriale, dall'altro negli ambiti di diversificazione dei ricavi, risorse umane, piattaforme digitali e analisi strategica e di performance utili al revenue manager e al tecnico delle attività ricettive. L'esperto di comunicazione e promozione può, così, individuare i media, i contenuti e le opportunità di comunicazione. Il tecnico delle attività ricettive riconosce le opportunità di crescita dei turismi e interagisce con gli stakeholders, sviluppando reti locali, nazionali e internazionali.

Al secondo anno è prevista Lingua e cultura della Seconda lingua straniera (una a scelta tra francese, spagnolo o tedesco).

### **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)*

In attinenza al percorso formativo, lo studente sviluppa la conoscenza dei territori dall'approccio locale a quello internazionale, dalla politica alla comunicazione. A questa conoscenza si abbina l'approfondimento



delle caratteristiche rilevanti del settore e dell'impresa turistica per approcci tipici dell'economia politica, del management e del marketing, con uno sguardo analitico ai pubblici ed agli stakeholders del turismo secondo le chiavi interpretative della sociologia e della psicologia. Il tutto è supportato dalla comprensione del contesto in termini storico-sociali, culturali e artistico-patrimoniali grazie agli approcci giuridici, archeologici e di marketing.

Tra le modalità e gli strumenti didattici adottati si annoverano lezioni frontali, approccio laboratoriale e discussione di case studies in relazione agli specifici insegnamenti. I risultati attesi con riferimento alle specifiche conoscenze e capacità di comprensione vengono verificati con prove in itinere, partecipazione a lavori di gruppo, prove intermedie e esami finali degli insegnamenti.

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

Comprendendo le dinamiche in atto anche in termini di strategie competitive, evoluzione del turismo e nuove forme di impresa, turismo culturale, comunicazione, narrazione e valorizzazione dei patrimoni culturali, lo studente riconosce e comprende le opportunità della comunicazione digitale, delle politiche e del management di destinazione.

Gli strumenti didattici che favoriscono lo sviluppo della capacità applicativa e verificano il livello di comprensione raggiunto sono principalmente (ma non esclusivamente) rappresentati da: partecipazione a lavori di gruppo, confronto seminariale con professionisti (con rendering di lavori di gruppo), job lab, esercitazioni e discussioni di casi in aula, interazione con testimoni invitati presso specifici insegnamenti o in giornate dedicate a confronti su specifiche tematiche. La prova di esame di ciascun insegnamento obbliga lo studente a ideare e sostenere argomentazioni e consente la verifica delle conoscenze e delle competenze per un miglior approccio professionale

#### *Autonomia di giudizio (making judgements)*

Capacità di analisi e di esegesi critica sulle tematiche inerenti il turismo, i prodotti turistici, con abilità di inserimento delle medesime all'interno dei processi di organizzazione del territorio per valori culturali, materiali e simbolici e per politiche ambientali e paesaggistiche efficaci, nei settori della geografia umana e della geografia economica. Capacità di analisi del dato economico, delle strategie competitive, delle performance e dei processi di formazione del vantaggio competitivo in imprese avviate o allo start-up, nei settori dell'economia. Particolare attenzione, con attività didattiche specifiche, verrà rivolta all'analisi dei processi culturali e comunicativi, nei settori della psicologia e della sociologia ed alla conoscenza approfondita del contesto storico, culturale, dei patrimoni (dal mondo classico al contemporaneo), dell'arte e delle tradizioni presenti nel territorio nazionale, nei settori storico e storico-artistico.

Particolare attenzione verrà data alla rilevanza contemporanea della sostenibilità, sia in termini di scelta di politica economica e territoriale sia in termini di efficace comunicazione e narrazione.

Questi obiettivi sono conseguiti attraverso il dialogo continuo tra insegnamenti teorici e verifiche applicative, tra discipline territoriali, sociali, economiche e storico-culturali. La didattica frontale si accompagna ad attività laboratoriali, analisi di casi di studio, visite di studio in aziende e sul territorio. Arricchiscono l'offerta formativa, progetti e collaborazioni con enti esterni, stage e tirocini in Italia e all'estero. Tutte queste attività, costantemente monitorate, consentono di raggiungere i risultati attesi in termini di complessiva crescita professionale degli studenti.

#### *Abilità comunicative (communication skills)*

Conoscenza approfondita della lingua inglese per la trasmissione e la comunicazione delle informazioni relative e inerenti il turismo, il territorio, l'impresa, le culture e gli eventi, con capacità sia specialistica sia di divulgazione. Conoscenza della seconda lingua straniera a scelta tra francese, spagnolo e tedesco. Inoltre, per quanto riguarda le abilità comunicative, alla loro acquisizione sono rivolte specifiche attività didattiche formative afferenti ai settori della sociologia, della letteratura, delle discipline artistiche e del marketing, con



particolare attenzione alla comunicazione digitale.

L'insieme di queste abilità sono costantemente verificate con lavori di gruppo e public speaking, applicazioni multimediali, prove in itinere (dove previste dall'insegnamento), verifiche scritte e orali. Tutte queste attività si svolgono in funzione del risultato atteso di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a specialisti del settore turistico e non specialisti.

#### *Capacità di apprendimento (learning skills)*

Capacità di studio e di apprendimento specifico che preveda un'autonomia gestionale e di sviluppo, per l'elaborazione delle informazioni in ambito professionale o per il proseguimento della carriera di studio. Tali capacità, sviluppate e accertate nel corso del triennio di studi, saranno al centro delle attività seminariali e laboratoriali i cui obiettivi formativi sono personalizzabili in base alle aspirazioni dello studente e del lavoro, in particolar modo finalizzato all'elaborazione della prova finale, che potrà costituire un segno tangibile di competenze scientifico-professionali e sensibilità critica della problematica presa in esame e sperimentata in un concreto contesto lavorativo nell'ambito dello stage o tirocinio in Italia e all'estero. Tali risultati dovrebbero garantire una preparazione adeguata tanto all'eventuale proseguimento degli studi, quanto all'inserimento nel mercato del lavoro.

Pertanto le modalità e gli strumenti didattici attivati (attività seminariali e laboratoriali, stage, prova finale) consentono il raggiungimento delle competenze, dell'autonomia gestionale e critica nell'ambito del turismo e della cultura, quale fondamentale asset dell'industria turistica italiana, delle politiche e della comunicazione relative a turismo e cultura.

#### *Descrizione sintetica delle attività affini e integrative*

Le attività affini e integrative riguardano la comunicazione digitale, il diritto ed il turismo culturale con l'obiettivo di sottolineare l'evoluzione multimediale e la specificità della cultura come prevalente attrattore di flussi turistici, in un quadro normativo in continuo cambiamento. La conoscenza e le applicazioni della multimedialità e la stima delle propensioni culturali fanno sì che lo studente sia in grado di sviluppare scelte strategiche e comunicazionali per prodotti e servizi emblematici nel mercato turistico italiano. L'analisi e la creazione di prodotti e servizi innovativi per il mercato turistico italiano deve essere verificata rispetto alle norme nazionali e internazionali che ne inquadrano la possibilità: lo studente deve conoscere il diritto per poter lavorare in un ambiente in continua trasformazione.

### **Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**

Il corso prepara alla professione di:

Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate

Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali

Organizzatori di convegni e ricevimenti

Animatori turistici e professioni assimilate

Agenti di viaggio

Promotore di località turistiche presso enti e associazioni, sia nel settore pubblico sia nel settore privato

Programmatore e gestore di eventi

Manager di albergo, villaggio turistico e presso enti ed associazioni

Revenue Manager

Esperto di marketing per imprese turistiche

Esperto della comunicazione e della promozione di un sistema territoriale

Progettista di itinerari e prodotti turistici



Per raggiungere maggiori livelli di responsabilità è necessario acquisire ulteriori competenze tramite successivi percorsi di formazione.

### **Norme relative all'accesso**

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

### **Organizzazione del corso di laurea**

- Il Piano degli Studi del Corso di Laurea in Turismo, management e cultura è articolato in tre anni di corso, 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 naturalmente nelle ore di lezione frontali e di didattica integrativa richieste dal corso d'insegnamento, cui vanno aggiunte le ore di studio personale o comunque di impegno individuale non formalizzato. I crediti si acquisiscono con il superamento degli esami o altre forme di verifica del profitto.

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

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

### **- Modalità di verifica del profitto**

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



**PIANO DEGLI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN**

**TURISMO, MANAGEMENT E CULTURA**

*(L-15 Classe delle lauree in SCIENZE DEL TURISMO)*

**I ANNO A. A. 2024/2025**

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b>	<b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b>	<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	<b>CFU</b>
<b>Geografia culturale</b> <i>Laboratorio sul paesaggio (24 ore)</i>	<b>M-GGR/01</b>	<i>Base</i>	Discipline sociali e territoriali	<b>6</b>
<b>Psicologia e sociologia del turismo</b>	<b>M-PSI/06</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline dell'organizzazione dei servizi turistici	<b>6</b>
<b>Management delle aziende turistiche</b>	<b>SECS-P/07</b>	<i>Base</i>	Discipline economiche, statistiche e giuridiche	<b>6</b>
<b>Il sistema economico del turismo</b>	<b>SECS-P/01</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e aziendali	<b>6</b>
<b>Media digitali e turismo</b>	<b>ICAR/13</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>Ricerca sociale e turismo</b> <i>Laboratorio di progettazione culturale (24 ore)</i>	<b>SECS-S/01</b>	<i>Base</i>	Discipline economiche, statistiche e giuridiche	<b>6</b>
<b>Storia contemporanea</b> <i>Laboratorio di Museums of World Cultures (24 ore)</i>	<b>M-STO/04</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline storico-artistiche	<b>9</b>
<b>Information and Communication Technology for Tourism</b>	<b>INF/01</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline dell'organizzazione dei servizi turistici	<b>6</b>
<b>Professional English I</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Base</i>	Discipline linguistiche	<b>6</b>



II ANNO A. A. 2025/2026

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA	AMBITO DISCIPLINARE	CFU
<b>Diritto del turismo</b>	<b>IUS/10</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>Patrimoni culturali per il turismo</b> <i>Civiltà del Mediterraneo</i> <i>Storia dell'arte</i>	<b>L-FIL-LET/01</b> <b>L-ART/03</b>	<i>Affine</i> <i>Caratterizzante</i>	Discipline affini e integrative Discipline storico-artistiche	<b>15</b> 6 9
<b>Territorio e cultura</b> <i>Politiche territoriali</i>	<b>M-GGR/01</b>	<i>Base</i>	Discipline sociali e territoriali	<b>12</b> 6
<i>Antropologia culturale</i>	<b>M-DEA/01</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	<b>6</b>
<b>Marketing e comunicazione del turismo</b> <i>Laboratorio di E-tourism</i> <i>(24 ore)</i>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e aziendali	<b>9</b>
<b>Destination management</b> <i>Laboratorio di Tourist experience (24 ore)</i>	<b>SECS-P/07</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e aziendali	<b>6</b>
<b>Professional English II</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Altre attività formative</i>	Ulteriori conoscenze linguistiche	<b>6</b>
<b>Lingua e cultura della Seconda lingua straniera (una a scelta tra francese, spagnolo o tedesco)</b>	<b>L-LIN/04;</b> <b>L-LIN/07;</b> <b>L-LIN/14</b>	<i>Altre attività formative</i>	Ulteriori conoscenze linguistiche	<b>6</b>

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



III ANNO A. A. 2026/2027

INSEGNAMENTI COMUNI

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO – DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA	AMBITO DISCIPLINARE	CFU
<b>Strategie e governance del turismo</b> <i>Laboratorio sulle pratiche di comunità (24 ore)</i>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Base</i>	Discipline economiche, statistiche giuridiche	<b>6</b>
<b>Turismo urbano e sostenibilità</b> <i>Laboratorio su Smart Cities (24 ore)</i>	<b>M-GGR/02</b>	<i>Base</i>	Discipline sociali e territoriali	<b>6</b>
<b>Professional English III</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Lingua/Prova finale</i>	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	<b>6</b>
<b>Stage di competenze professionali</b>		<i>Per stage e tirocini</i>	Tirocini formativi e di orientamento	<b>6</b>

INDIRIZZO: COMUNICAZIONE DEL TURISMO

<b>Travel blogging</b> <i>Laboratorio di Videomaking (24 ore)</i>	<b>L-ART/06</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline storico-artistiche	<b>6</b>
<b>Storytelling</b>	<b>L-FIL-LET/11</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline storico-artistiche	<b>6</b>
<b>Destination branding</b> <i>Laboratorio sulle capitali della cultura (24 ore)</i>	<b>SPS/08</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	<b>6</b>

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

<b>PROVA FINALE</b>	<i>Prova finale</i>	Prova finale	<b>3</b>
---------------------	---------------------	--------------	----------





## INDIRIZZO: MANAGEMENT E ORGANIZZAZIONE DEL TURISMO

<b>Gestione delle risorse umane</b> <i>Laboratorio sulle Soft Skills</i>	<b>SECS-P/10</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline dell'organizzazione dei servizi turistici	<b>6</b>
<b>Revenue management</b>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e aziendali	<b>6</b>
<b>Platform economy e turismo</b> <i>Laboratorio su Piattaforme digitali per il Turismo (24 ore)</i>	<b>SPS/09</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	<b>6</b>

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

<b>PROVA FINALE</b>	<i>Prova finale</i>	Prova finale	<b>3</b>
---------------------	---------------------	--------------	----------

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

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

### Tipologie e forme didattiche

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

### Laboratori di lingue straniere

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

### Stage di competenze professionali

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

### Frequenza ai corsi

La frequenza non è obbligatoria ma fortemente consigliata.



## **Modalità d'esame di profitto**

La modalità di verifica del profitto è regolamentata dall'art. 18 del Nuovo Regolamento Didattico di Ateneo (modificato con DR 6 aprile 2020 n. 18862), che recita:

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

## **Link relativi alle modalità di verbalizzazione degli esami di profitto:**

Procedura di verbalizzazione esami

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

## **International Language Centre (ILC)**

I regolamenti e le informazioni relative all'attività del Laboratorio didattico di lingue straniere sono pubblicati in MyIULM>Corso di Laurea in Turismo, management e cultura>alla voce **Laboratori**  
E anche sulla Community, sezione International Language Center (ILC) <http://community.iulm.it/>

## **Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame**

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



## CALENDARIO DELLE LEZIONI

### 1° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

**dal 23 settembre al 21 dicembre 2024**

dal 23 settembre al 31 ottobre 2024

dal 12 novembre al 21 dicembre 2024

### 2° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

**dal 17 febbraio al 31 maggio 2025**

dal 17 febbraio al 29 marzo 2025

dal 7 aprile al 31 maggio 2025

### Modalità di svolgimento delle attività didattiche

#### Corso di 24 ore (3 CFU)

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

#### Corso di 48 ore (6 CFU)

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

#### Corso di 72 ore (9 CFU)

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

#### Corso di 96 ore (12 CFU)

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

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

### ESAMI DI PROFITTO

Sessione d'esami dedicata agli studenti di scambio internazionale

dal 16 al 20 dicembre 2024

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

#### I sessione

(IV sessione A.A. 2023/2024 per studenti 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/triennali/turismo-management-cultura/turismo-management-cultura>

Vedi sezione QUICK LINKS



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

### **Riconoscimento delle carriere pregresse degli studenti provenienti da rinuncia agli studi**

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

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

### **Riconoscimento dei periodi di studio effettuati all'estero**

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

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

### **Prova finale**

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

L'elaborato finale ha contenuti di ricerca teorica e operativa su un argomento relativo a uno degli insegnamenti del piano degli studi e concordato col relatore docente, anche in attinenza allo stage o al workshop professionale.



Nello sviluppo dell'elaborato il laureando è assistito da un docente che lo aiuta nella definizione del tema da svolgere, nell'impostazione e nelle ricerche bibliografiche e documentali, e che deve approvare l'elaborato.

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

Il presente Regolamento didattico del Corso di Laurea in Turismo, management e cultura è approvato dal Consiglio di Facoltà nella seduta dell'8 aprile 2024.



**Allegato 1**



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

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

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

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

#### *Facoltà di Arti e turismo*

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

#### *Facoltà di Interpretariato e traduzione*

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

#### *Facoltà di Comunicazione*

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

### 2. Requisiti di accesso

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

- cittadini italiani o comunitari in possesso di Diploma di Scuola secondaria superiore quinquennale di ordinamento italiano o titolo equivalente<sup>1</sup>;
- cittadini italiani o comunitari in possesso di un titolo di studio equivalente al Diploma di Scuola secondaria superiore conseguito al termine di un periodo scolastico non inferiore a 12 anni;
- cittadini extra-UE previa presentazione della domanda di ammissione secondo quanto previsto dalle vigenti disposizioni in materia di ingresso, soggiorno e immatricolazione degli studenti stranieri/internazionali, nonché della valutazione della documentazione e della situazione specifica;
- cittadini italiani che frequentano il quarto anno di Scuola secondaria superiore di ordinamento italiano - fatta eccezione per il Corso di laurea in Interpretariato e comunicazione, per il quale è vincolante la frequenza almeno del quinto anno;
- cittadini italiani che frequentano il terzo e il quarto anno di percorsi quadriennali di istruzione secondaria di secondo grado<sup>2</sup>, fatta eccezione per il Corso di laurea in Interpretariato e comunicazione, per il quale è vincolante la frequenza almeno del quarto e ultimo anno dei suddetti percorsi;
- cittadini italiani che frequentano il quinto anno di Scuola secondaria superiore di ordinamento italiano;
- cittadini comunitari o extra-UE che stanno frequentando l'ultimo anno della Scuola secondaria del Paese di provenienza o un *Foundation Year* (corso propedeutico destinato a studenti internazionali non in possesso dei 12 anni di scolarità pregressa), previa valutazione della documentazione e della situazione specifica.

\*\*\*

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

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



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

### 3. Sessioni di svolgimento dei test di ammissione

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

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

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

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

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

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

### 4. Modalità e termini di iscrizione ai test di ammissione

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

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

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

Nel corso dell'iscrizione al test saranno richiesti:

- scansione formato pdf del fronte/retro di un documento d'identità (carta d'identità/passaporto) e scansione formato pdf del fronte/retro del codice fiscale/tessera sanitaria; per studenti extra UE è obbligatoria la scansione formato pdf del permesso di soggiorno in corso di validità;
- le pagelle di terza e di quarta superiore per i candidati che stanno frequentando il quinto anno o già diplomati, mentre sarà richiesta solo la pagella di terza superiore per quanti stanno frequentando il quarto anno;
- le pagelle di seconda e di terza superiore per i candidati che stanno frequentando il quarto e ultimo anno di percorsi quadriennali di istruzione secondaria di secondo grado<sup>3</sup> (o già diplomati presso i

<sup>3</sup> Attivati ai sensi del DM n. 567 del 3 agosto 2017.





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

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

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

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

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

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

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

\*\*\*

L'iscrizione al test comporta il versamento di una quota pari a € 100.<sup>4</sup>

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

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

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

---

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



\*\*\*

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

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

\*\*\*

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

- 1° sessione: dal 2 al 27 novembre 2023
- 2° sessione: dal 28 novembre 2023 al 27 febbraio 2024
- 3° sessione: dal 28 febbraio<sup>5</sup> al 6 maggio 2024
- 4° sessione: dal 7 maggio<sup>6</sup> al 4 luglio 2024

Le scadenze indicate potranno subire variazioni per sopraggiunti eccezionali motivi.

## 5. Norme per lo svolgimento del test

Il test si svolge in modalità telematica, pertanto:

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

## 6. Test di ammissione e graduatorie

Per i Corsi di Laurea in:

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

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

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



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

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

\*\*\*

Per i Corsi di Laurea in:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



\*\*\*

Per il Corso di Laurea in:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- i candidati in possesso di una certificazione linguistica<sup>7</sup> (ottenuta dopo il 1° gennaio 2022) potranno accedere direttamente al test. Copia digitale della certificazione andrà allegata durante la procedura di iscrizione online al test;<sup>8</sup>
- i candidati non in possesso di una certificazione linguistica (o con certificazione non più valida) sosterranno un test di accertamento linguistico (*Assessment test, le cui date sono indicate nell'Allegato 2*) il cui esito positivo (ovvero ottenendo un livello di conoscenza della lingua inglese uguale o superiore a B2 in entrambe le sezioni dell'accertamento: Use of English e Listening Comprehension) consentirà l'accesso al test.

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

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

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

In particolare:

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

---

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

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



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

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

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

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

\*\*\*

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

## **7. Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA)**

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

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

\*\*\*

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

## **8. Pubblicazione esiti test di ammissione**

La pubblicazione degli esiti è prevista nelle seguenti date:

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



Le scadenze indicate potranno subire eventuali variazioni.

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

I candidati non ammessi potranno chiedere:

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

## 9. Conferma dell'iscrizione e immatricolazione

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

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

- 1° sessione: dal 12 gennaio al 29 febbraio 2024
- 2° sessione: dal 27 marzo al 29 aprile 2024
- 3° sessione: dal 7 al 28 giugno 2024<sup>9</sup>
- 4° sessione: dal 26 luglio al 27 agosto 2024<sup>10</sup>

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

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

\*\*\*

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

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

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

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

<sup>10</sup> vedi nota 9



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

\*\*\*

In caso di superamento del test di ammissione i candidati che frequentano il quarto anno di Scuola secondaria superiore (ovvero i candidati frequentanti il terzo anno dei già richiamati percorsi quadriennali) potranno mantenere il punteggio ottenuto ed accedere ad una finestra di immatricolazione loro dedicata (novembre 2024) per iscriversi prioritariamente per l'a.a. 2025/26, con modalità che verranno comunicate nel mese di novembre 2024<sup>11</sup>. I candidati ammessi che non si avvarranno della possibilità di iscriversi entro la chiusura della finestra di immatricolazione loro dedicata perderanno ogni diritto derivante dall'esito positivo della prova e, volendo immatricolarsi per l'a.a. 2025/26, dovranno sostenere nuovamente il test.

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

## 10. Scorrimento della graduatoria

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

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

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

Le scadenze indicate potranno subire eventuali variazioni.

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

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

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

## 11. Test dedicato a studenti temporaneamente all'estero

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

---

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



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

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

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

## 12. Trasferimenti da altri Atenei

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

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

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

## 13. Informativa sul trattamento dei dati personali

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

## 14. Contatti

Ufficio Orientamento

Numero Verde: 800.363363

Per informazioni sui Corsi di laurea: [infopoint@iulm.it](mailto:infopoint@iulm.it)

Per informazioni sulla procedura di ammissione ai test: [ammissioni.triennali@iulm.it](mailto:ammissioni.triennali@iulm.it)





## Allegato 1

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

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



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

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

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



## Allegato 2

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

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



### Allegato 3

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

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

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



## Allegato 4

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

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

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



**Allegato 5**  
**Tabella riepilogativa con i dettagli del test**

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



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

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

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