



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

LAUREE MAGISTRALI

in Statale

Scegli il percorso che fa per te

Eventi online 2021



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

Corso di Laurea Magistrale in *Editoria, Culture della Comunicazione e della Moda*

Classe LM-92 Teorie della Comunicazione

Obiettivi formativi generali e specifici

- sviluppare attitudini professionali che garantiscano una visione completa delle attività produttive del sistema editoriale e delle sue generali problematiche, dalla produzione al consumo, con riferimento specifico all'editoria libraria, offrendo un ventaglio di approfondimenti riconducibili ai diversi territori della cultura editoriale, intesa come studio della trasmissione dei testi e studio delle tecniche necessarie per la pubblicazione di testi a stampa o in digitale
- fornire competenze linguistiche, filosofico-estetiche, storiche, logiche, retoriche, con attenzione ai principi dell'Information and Communication Technology, nonché le conoscenze teorico-metodologiche utili per pervenire ad analisi approfondite dei sistemi comunicativi dei linguaggi mediologici e settoriali, per produrre testi nell'ambito di tali linguaggi, per progettare modelli comunicativi da utilizzare nei campi della pubblicità, mass media e comunicazione di impresa
- fornire competenze miranti alla formazione di professionisti capaci di operare nel campo della moda, dotati di una solida preparazione umanistica e interdisciplinare, in grado di rispondere alla domanda di nuove figure professionali emergenti in un campo ormai consolidato, interessato non solo ai risvolti strettamente commerciali, ma alle ricadute in termini di cultura e identità del settore moda italiano, inteso come patrimonio culturale da valorizzare

Modalità di accesso

valutazione dei requisiti di accesso e superamento di un test attitudinale

Che cosa significa?

Conoscenze per l'accesso

Questo corso di laurea magistrale è ad accesso subordinato al superamento di un test attitudinale volto all'accertamento dell'adeguatezza della preparazione personale dei candidati che si svolgerà secondo le modalità stabilite dal Collegio Didattico e dal Consiglio di Dipartimento.

Inoltre, i candidati dovranno possedere i seguenti requisiti curriculari:

1. Sono ammessi alla laurea magistrale i laureati nella classe di laurea Scienze della comunicazione L-20.
2. Sono anche ammessi i laureati nelle seguenti classi di laurea triennale: L-1 Beni culturali, L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda, L-5 Filosofia, L-10 Lettere, L-19 Scienze dell'educazione e della formazione, L-42 Storia che abbiano acquisito almeno 60 cfu nei settori scientifico-disciplinari indicati nel Manifesto degli Studi.
3. Sono inoltre ammessi i laureati provenienti da corsi di laurea triennali di altre classi che abbiano acquisito almeno 9 cfu in ciascuno dei seguenti quattro raggruppamenti:
 - L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea, L-ART/05 Discipline dello spettacolo, L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione, L-ART/07 Musicologia e storia della musica
 - L-FIL-LET/10 Letteratura italiana, L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea, L-FIL-LET/12 Linguistica italiana
 - M-FIL/04 Estetica, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi
 - M-STO/02 Storia moderna, M-STO/04 Storia contemporaneae che abbiano acquisito almeno altri 54 cfu nei settori scientifico-disciplinari indicati nel Manifesto degli Studi.

Test attitudinale e colloqui di ammissione

Per l'accesso al Corso di Studio sono necessari 2 passaggi: il superamento di una prova di verifica obbligatoria volta ad accertare le competenze acquisite e un colloquio per l'accertamento dei requisiti curriculari.

La prova di verifica è finalizzata a valutare il livello di conoscenze di base ritenute fondamentali per l'iscrizione al Corso di Studio e sarà costituita da quesiti con risposta a scelta multipla sulle competenze nei seguenti settori: storico/filosofico, letterario/linguistico, storia dell'arte/teatro/cinema, giornalismo/media/attualità.

La prova di verifica sarà ritenuta superata se il punteggio è superiore alla mediana (ovvero il candidato si colloca nel migliore 50% rispetto ai risultati complessivi); la prova di verifica non sarà ritenuta superata se il punteggio è inferiore alla mediana (ovvero il candidato si colloca nel peggiore 50% rispetto ai risultati complessivi).

Non sono previsti scorrimenti di graduatoria.

Gli studenti che hanno presentato domanda di ammissione potranno procedere all'accertamento dei requisiti tramite colloqui di ammissione come indicato nel Manifesto degli Studi, in base al calendario indicato sul sito del corso di laurea magistrale.

Struttura del corso

La durata normale del corso di laurea magistrale in *Editoria, culture della comunicazione e della moda* è di due anni. Per conseguire la laurea magistrale lo studente deve acquisire 120 crediti.

Il corso di studi struttura le sue attività didattiche su base semestrale tramite lezioni, esercitazioni, laboratori ed eventuali stage e tirocini, svolti sia all'interno sia all'esterno dell'Ateneo, orientati verso possibili sbocchi professionalizzanti. Al termine del percorso di studi lo studente dovrà redigere una tesi scritta o realizzare un prodotto multimediale che saranno presentati e discussi.

È prevista la possibilità di arricchire ulteriormente il quadro dell'offerta formativa con esperienze all'estero presso numerose università convenzionate (Erasmus) indicate nel Manifesto degli Studi.

Articolazione del corso in curricula

Il corso di laurea magistrale in *Editoria, culture della comunicazione e della moda* è articolato in tre curricula (Editoria, Comunicazione, Moda).

Il curriculum Editoria prevede l'acquisizione di particolari conoscenze e competenze nel campo della storia del libro e dell'editoria, della letteratura e della trasmissione dei testi, dei processi produttivi e distributivi dell'editoria contemporanea.

Il curriculum Comunicazione prevede l'acquisizione di particolari conoscenze e competenze nel campo delle culture della comunicazione, delle teorie comunicative e dei sistemi comunicativi dei mass media e di settori specifici come ad esempio la pubblicità.

Il curriculum Moda prevede l'acquisizione di particolari conoscenze e competenze nel campo delle culture della moda, intese come culture di contesto per lo sviluppo e l'approfondimento di saperi di settore e di competenze professionalizzanti.

Sedi didattiche

- Via Festa del Perdono, 3-7
- Via S. Antonio, 5
- Via S. Sofia, 9
- Piazza S. Alessandro, 1
- Via Noto, 6-8

Insegnamenti

I corsi di insegnamento sono monodisciplinari, ma potranno essere istituiti corsi integrati. Essi saranno attivati direttamente oppure mutuati dagli altri corsi di laurea della Facoltà di Studi Umanistici e, ove necessario, dell'Ateneo, nonché, sulla base di specifici accordi, di altri atenei. I contenuti sono impartiti di norma in lingua italiana.

Nel corso del biennio, per poter accedere all'esame di laurea magistrale e poter conseguire il titolo di Dottore Magistrale, gli studenti sono tenuti a sostenere esami di profitto in base al proprio piano degli studi, costituito da insegnamenti obbligatori e da insegnamenti a scelta, in base al piano didattico indicato nel Manifesto degli Studi.

Il voto degli esami di profitto è espresso in trentesimi e il voto massimo raggiungibile è quindi 30/30 e lode.

Laboratorio

Il percorso formativo del corso di laurea magistrale in *Editoria, culture della comunicazione e della moda* prevede, al primo anno di corso, un laboratorio professionalizzante obbligatorio da 3 cfu per un totale di 20 ore, a scelta dello studente.

Laboratorio di ricerca e avvio alla professione, propedeutico alla preparazione della tesi

Il percorso formativo del corso di laurea magistrale in *Editoria, culture della comunicazione e della moda* prevede, al secondo anno di corso, un laboratorio di ricerca e avvio alla professione, propedeutico alla preparazione della tesi da 3 cfu, obbligatorio, per il quale si rinvia al proprio relatore o al proprio correlatore.

Tirocinio

Il percorso formativo del corso di laurea magistrale in *Editoria, culture della comunicazione e della moda* prevede un tirocinio obbligatorio presso aziende o enti convenzionati da 6 cfu per un massimo di 240 ore.

Obbligo di frequenza

La frequenza agli insegnamenti del corso di laurea magistrale in *Editoria, culture della comunicazione e della moda* è consigliata, ma non è obbligatoria. Attività formative come laboratori e tirocini prevedono invece una frequenza obbligatoria.

Prova finale

Acquisiti i 96 crediti formativi previsti, lo studente è ammesso a sostenere la prova finale per il conseguimento del titolo che darà diritto all'acquisizione di ulteriori 24 crediti formativi, così da raggiungere i 120 crediti formativi necessari.

Lo svolgimento della prova finale avviene sotto la guida di un relatore e di un correlatore, e porta lo studente a confrontarsi con ricerche in archivi pubblici e privati, all'elaborazione di dati statistici, alla costruzione di bibliografie ragionate, alla consultazione di testi di approfondimento pubblicati in Italia e all'estero. Inoltre, lo studente verifica e rafforza le proprie capacità di scrittura e di organizzazione del testo. Laddove la prova finale non consista in un elaborato scritto, ma in una prova pratica (progetto, ricerca sul campo oppure prodotto informatico o multimediale), lo studente sarà chiamato ad applicare le proprie conoscenze informatiche e a dimostrare le proprie capacità (tecniche e non solo) di elaborazione di un prodotto multimediale. In entrambi i casi, lo studente realizzerà un prodotto originale tramite il quale non soltanto metterà a frutto gli studi nel settore di riferimento, ma aggiungerà anche qualcosa di nuovo. Inoltre, la preparazione della prova finale può portare lo studente ad una specifica interazione con il mondo professionale, attraverso il reperimento di dati e materiali oppure con interviste a figure professionali di particolare rilievo.

Punteggio prova finale

Una volta completata la ricerca e redatta la tesi, quest'ultima viene discussa oralmente dal candidato di fronte ad una commissione di cui fanno anche parte il suo relatore e il suo correlatore.

Il punteggio massimo assegnabile alla prova finale è di 6 punti.

Il voto di laurea è espresso in centodecimi e il voto massimo raggiungibile è quindi 110/110 e lode.

Profilo professionale e sbocchi occupazionali

Il livello di conoscenze e competenze raggiunto permetterà ai laureati *in Editoria, culture della comunicazione e della moda* di esercitare un'attività, con funzioni anche di responsabilità, nei vari comparti delle imprese editoriali e più in generale in qualunque iniziativa pubblica e privata che preveda un'attività editoriale, come specialisti in discipline linguistiche letterarie e documentali. L'elevata formazione culturale nell'ambito della storia del libro, dell'editoria, delle edizioni moderne e contemporanee, permetterà l'inserimento di chi possiede la laurea in *Editoria, culture della comunicazione e della moda* negli uffici che si dedicano all'organizzazione di attività culturali nei diversi ambiti della pubblica amministrazione statale, regionale, comunale, e di assumere ruoli di responsabilità negli archivi editoriali, nelle biblioteche e nei centri di studio pubblici e privati o di dedicarsi a un'attività autonoma come imprenditori e amministratori o con funzioni dirigenziali, soprattutto in imprese editoriali.

Gli sbocchi professionali previsti riguardano anche il campo della comunicazione e della diffusione della conoscenza in diversi ambiti, dei mass media e della pubblicità, con elevata padronanza delle nuove tecnologie. Oltre al campo della gestione dell'immagine nell'ambito di musei e archivi, all'organizzazione e cura di eventi comunicativi, il profilo professionale consentirà l'ideazione e organizzazione di manifestazioni culturali diverse e multidisciplinari, nelle quali lo sviluppo di modelli comunicativi visuali e multimediali trovi applicazione ideale; nonché l'impiego nei settori della pubblicità e mass media, oltre a funzioni dirigenziali in organizzazioni nazionali o sovranazionali.

Profilo professionale e sbocchi occupazionali

I laureati potranno infine acquisire un profilo di alta specializzazione nel settore della moda, unico nel panorama attualmente esistente di stampo umanistico, che consentirà l'ingresso nelle imprese operanti a più livelli nelle filiere della moda, in Italia e all'estero. Le competenze culturali e professionalizzanti acquisite consentiranno inoltre impieghi dirigenziali presso giornali e riviste di moda, agenzie specializzate, uffici di pubbliche relazioni, archivi istituzionali, enti culturali pubblici e privati legati al mondo della moda, e prepareranno imprenditori e dirigenti nelle aziende di moda commerciali e manifatturiere.

Al termine del loro percorso di studi i laureati in *Editoria, culture della comunicazione e della moda* avranno acquisito le competenze culturali necessarie per accedere a un dottorato. Potranno altresì accedere, dopo una opportuna selezione, al Master di I livello in *Editoria Libraria*, organizzato dalla Facoltà di Studi Umanistici dell'Università degli Studi di Milano, in collaborazione con la Fondazione Mondadori e con l'Associazione Italiana Editori, nonché al Master di II livello in *Public History* e al Master di II livello in *Digital Humanities*, organizzati dal Dipartimento di Studi Storici dell'Università degli Studi di Milano, il primo in collaborazione con la Fondazione Feltrinelli e il secondo in collaborazione con il Comune di Milano.

Strutture di riferimento

Facoltà presso cui è attivato il Corso di Studio:

FACOLTA' DI STUDI UMANISTICI

Pagina sito web: <https://www.unimi.it/it/corsi/facolta-e-scuole/studi-umanistici>

Dipartimento presso cui è attivato il Corso di Studio:

DIPARTIMENTO DI STUDI STORICI

Pagina sito web: <http://www.studistorici.unimi.it/>

SEGRETERIA DIDATTICA

Dott. ALESSANDRO SERTANI

Email: didatticacomunicazione@unimi.it

Docenti di riferimento

Presidente del Corso di Studio:

Prof. STEFANO LEVATI

Email: stefano.levati@unimi.it

Referente Erasmus+ ed Erasmus Traineeship

Prof. DAVIDE CADEDDU

Email: davide.cadeddu@unimi.it

Referente Tirocinio

Prof.ssa SILVIA ANTONIA CONCA

Email: silvia.conca@unimi.it

Tutor di riferimento

Tutor di orientamento in ingresso e in itinere:

Dott.ssa VIOLA BIANCHI

Email: eccm@unimi.it

Informazioni / links

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
EDITORIA, CULTURE DELLA COMUNICAZIONE E DELLA MODA

Pagine siti web : <https://www.unimi.it/it/corsi/corsi-di-laurea/editoria-culture-della-comunicazione-e-della-moda>

<https://eccm.cdl.unimi.it/it>

MANIFESTO DEGLI STUDI

Documento ufficiale alla pagina:

https://apps.unimi.it/files/manifesti/ita_manifesto_C84of2_2022.pdf

Informazioni / links

IMMATRICOLAZIONE ED ISCRIZIONE

Pagina sito web: <https://www.unimi.it/it/studiare/immatricolarsi-e-isciversi>

ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA (date d'inizio dei semestri, date d'inizio degli insegnamenti, orari delle lezioni, programmi degli insegnamenti, esami di profitto, esami di laurea, etc...)

Pagina sito web: <https://www.unimi.it/it/corsi/facolta-e-scuole/studi-umanistici/studiare-studi-umanistici>

SEGRETERIA STUDENTI (immatricolazioni, iscrizioni a tempo pieno o a tempo parziale, tasse e contributi, rateizzazioni, esoneri, borse studio, carriere universitarie, etc...)

Pagina sito web: <https://www.unimi.it/it/studiare/servizi-gli-studenti/segreterie-infostudenti>

*Grazie per l'attenzione
dedicataci...*

Lo Staff del Corso di Studio