



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO
MANIFESTO DEGLI STUDI A.A. 2026/27
LAUREA MAGISTRALE IN
EDITORIA, CULTURE DELLA COMUNICAZIONE E DELLA MODA
(Classe LM-92 R)
Immatricolati nell'a.a. 2026/2027

GENERALITA'

Classe di laurea di appartenenza:	LM-92 R Teorie della comunicazione
Titolo rilasciato:	Dottore Magistrale
Curricula attivi:	EDITORIA / COMUNICAZIONE / MODA
Durata del corso di studi:	2 anni
Crediti richiesti per l'accesso:	180
Cfu da acquisire totali:	120
Annualità attivate:	1°
Modalità accesso:	Libero con valutazione dei requisiti di accesso
Codice corso di studi:	CBH

RIFERIMENTI

Presidente Collegio Didattico

Prof. Davide Cadeddu

Docenti tutor

Prof.ssa Virna Brigatti (Docente tutor per i piani di studio)

Prof.ssa Silvia Antonia Conca (Docente tutor per stage e tirocini)

Prof. Pompeo D'Alessandro (Referente Erasmus+ Studio)

Prof.ssa Silvia Antonia Conca (Referente Erasmus+ Traineeship)

Proff. Davide Cadeddu, Bruno Pischedda (Docenti tutor per ammissione laurea magistrale)

Studenti tutor

Dott.ssa Fiorenza De Gregorio (Studentessa tutor per i piani di studio)

Ricevimento Studenti: Giovedì 12.00-14.00 su appuntamento

Email: fiorenza.degregorio@studenti.unimi.it

Sito web del corso di laurea

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

Segreteria Didattica

Via Festa del Perdono, 7 20122 Milano (Cortile Legnaia) Tel. 02-50312382 Ricevimento Studenti: Lunedì e Mercoledì 09.30-12.30 su appuntamento <https://studistorici.unimi.it/it/dipartimento/segreterie-e-servizi/segreteria-didattica> Email: didatticacomunicazione@unimi.it

Segreteria Studenti

Via Santa Sofia, 9 20122 Milano Tel. 02-50325032 <https://www.unimi.it/it/studiare/servizi-gli-studenti/segreterie-infostudenti>

Sito web del Dipartimento di Studi Storici "Federico Chabod"

<https://studistorici.unimi.it/it/>

CARATTERISTICHE DEL CORSO DI STUDI

Obiettivi formativi generali e specifici

Il Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda ha le finalità seguenti:

- 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 ambiti della cultura editoriale, intesa come studio della trasmissione dei testi e analisi delle tecniche necessarie per la pubblicazione a stampa o in digitale;
- fornire competenze storiche, linguistiche, letterarie, retoriche, filosofiche, logiche, con attenzione ai principi dell'Information and Communication Technology (ICT), nonché conoscenze teorico-metodologiche, utili per pervenire ad analisi approfondite dei sistemi comunicativi e dei linguaggi mediologici e settoriali, allo scopo di produrre testi e progettare modelli comunicativi, da applicare nell'ambito della pubblicità, dei mass media e della 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 contesto ormai consolidato e sensibile non solo ai risvolti strettamente commerciali, bensì anche alla valorizzazione del patrimonio culturale e del Made in Italy (con comunicazione specializzata, archivi, musei, mostre tradizionali e digitali, siti web, etc.).

Il percorso formativo prevede attività caratterizzanti - obbligatorie oppure a scelta - articolate in discipline artistiche, filosofiche, informatiche, linguistiche, psicologiche e sociologiche (riguardanti cinema, fotografia e televisione, estetica, glottologia e linguistica, informatica, linguistica italiana, psicologia sociale e sociologia dei processi culturali e comunicativi), che caratterizzano il Corso di laurea magistrale attraverso una attenzione particolare sia alle teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione, sia alle discipline socio-economiche, storico-politiche, cognitive e mediali. Una forma di attenzione ulteriore è espressa nei riguardi di fondamentali discipline sociali, economiche e giuridiche come quelle demografiche, la storia contemporanea e la storia delle dottrine politiche. Completano il percorso didattico alcune attività formative affini o integrative, e facoltative - come quelle archivistico-bibliografiche e biblioteconomiche, l'economia aziendale, la letteratura italiana contemporanea, la storia dell'arte contemporanea, la storia delle istituzioni politiche e la storia moderna -, che arricchiscono il profilo complessivo del Corso di laurea magistrale.

L'attenzione alla componente professionalizzante, peculiare di questo Corso di laurea, è presente sia in alcuni insegnamenti, sia in attività di laboratorio al primo anno. In particolare, il lavoro laboratoriale e il tirocinio (quest'ultimo previsto al secondo anno presso università, aziende o enti) sono finalizzati allo sviluppo di abilità necessarie all'elaborazione e all'analisi di dati oppure alla produzione di testi informativi e comunicativi per media tradizionali e digitali.

Al termine del percorso di studi è contemplato il conseguimento di un certificato di lingua inglese di livello B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER).

Le laureate e i laureati del Corso di laurea magistrale acquisiranno, inoltre, indispensabili competenze trasversali che permetteranno loro di operare in differenti ambiti mediali, inserendosi efficacemente in contesti professionali con un elevato grado di autonomia e sviluppando attitudini al lavoro di gruppo. Sapranno comunicare adeguatamente gli obiettivi e gli esiti delle analisi e delle ricerche svolte (dialogando efficacemente con esperti di settore) e sapranno mantenere aggiornate costantemente le proprie conoscenze, anche con l'acquisizione di nuovi mezzi e nuovi strumenti di analisi e ricerca.

Risultati di apprendimento attesi

CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE

Particolare attenzione è dedicata all'acquisizione di competenze per l'uso consapevole ed efficace della lingua italiana, in relazione alle diverse specificità professionali e ai linguaggi dei media. Alla fine del biennio le studentesse e gli studenti dovranno conoscere, inoltre, le tecniche informatiche avanzate, finalizzate ai possibili sbocchi lavorativi, e le principali discipline di ambito storico, letterario, linguistico, filosofico e artistico, utili a svolgere le attività riguardanti l'ambito dell'editoria, della comunicazione e della moda, in contesto nazionale e internazionale. Queste conoscenze e competenze sono conseguite dalle studentesse e dagli studenti attraverso sia la partecipazione a lezioni frontali, laboratori, seminari e tirocini, sia lo studio individuale, come previsto dalle stesse attività formative. La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene grazie a possibili prove di verifica intermedia, esercitazioni teoriche e pratiche, esami finali orali e scritti.

CAPACITÀ DI APPLICARE CONOSCENZA E COMPrensIONE

Alla fine del biennio le studentesse e gli studenti dovranno essere in grado di applicare le conoscenze e le capacità acquisite negli ambiti lavorativi inerenti al percorso formativo. In particolare, dovranno saper adattare le conoscenze teoriche e pratiche nei campi sia della comunicazione tradizionale orale e scritta (editoria, stampa, etc.), sia delle attività organizzative riguardanti i mass media (radio, televisione, cinema, giornali, etc.) e i nuovi strumenti digitali e informatici.

La verifica del raggiungimento, da parte delle studentesse e degli studenti, della capacità di applicare conoscenza e comprensione avviene attraverso sia lezioni frontali, laboratori, seminari e tirocini, sia ore di studio individuale, come previsto dalle stesse attività formative. I risultati del percorso formativo vengono valutati grazie a possibili prove di verifica intermedia, esercitazioni teoriche e pratiche, esami finali orali e scritti.

Per l'acquisizione di queste capacità, oltre a laboratori e tirocini, è prevista, nel quadro degli accordi internazionali in vigore, la possibilità di soggiorni di studio e traineeship presso università straniere.

AUTONOMIA DI GIUDIZIO

Le studentesse e gli studenti dovranno dimostrare di aver acquisito, nei diversi ambiti disciplinari e in prospettiva transdisciplinare, conoscenze e competenze per poter formulare riflessioni mature e individuali. Sicura capacità critica e, conseguentemente, autonomia di giudizio sono requisiti per l'inserimento ai livelli avanzati del mondo dell'editoria, della comunicazione e della moda, attraverso la ricerca di mezzi comunicativi e di forme culturali ed espressive originali e moderne. Un ruolo autonomo nel mondo della comunicazione deve basarsi sul possesso sicuro tanto dei contenuti scientifici generali e degli strumenti applicativi, quanto di solidi riferimenti nella cultura, nella storia, negli studi teorici sulla comunicazione, ma anche di concrete basi ermeneutiche e analitiche, applicate a generali fenomeni culturali. Le discipline storiche, letterarie, filosofiche e logiche svolgono un ruolo centrale nel raggiungimento di questi obiettivi. All'attività didattica disciplinare (lezioni frontali, eventuali prove intermedie, esami di profitto, lavoro laboratoriale e tirocinio) si aggiunge, ai fini dell'acquisizione dell'autonomia di giudizio, l'attività svolta nell'elaborazione della tesi di laurea.

ABILITÀ COMUNICATIVE

Le diverse forme della comunicazione, che rappresentano un interesse caratterizzante del Corso di laurea magistrale, assumono un ruolo decisivo all'interno sia della riflessione critica, sia delle prassi operative in diversi settori della cultura, dell'informazione e dell'imprenditoria.

Le studentesse e gli studenti acquisiranno solide abilità nella comunicazione, che si manifesteranno in una sicura padronanza della capacità di scrittura in lingua italiana, della trasmissione orale delle conoscenze (anche in lingua straniera) e dell'uso degli strumenti messi a disposizione dall'informatica. Concorrono al raggiungimento e alla verifica di queste conoscenze gli insegnamenti attivati nell'area della linguistica e della letteratura, della filosofia e della cultura visuale.

Le attitudini e l'abilità nella comunicazione possono venire potenziate per mezzo di soggiorni all'estero, anche tramite programmi di mobilità e scambio internazionale di studentesse e studenti.

CAPACITÀ DI APPRENDIMENTO

Le studentesse e gli studenti dovranno dimostrare di avere acquisito competenze specifiche, oltre che con il superamento degli esami di profitto e la frequenza del laboratorio e del tirocinio, anche con l'individuazione e l'analisi di materiale bibliografico, la consultazione di banche dati e altre informazioni in rete. In questo modo, potranno aggiornare le proprie conoscenze, anche in vista del lavoro di elaborazione della tesi di laurea, che svolge un ruolo centrale nello sviluppo di capacità e attitudini alla ricerca e all'apprendimento. La realizzazione della tesi finale richiede, infatti, che le studentesse e gli studenti provvedano in autonomia al reperimento di documenti e bibliografia relativi alla traccia di lavoro concordata con i docenti di riferimento, anche tramite ricerca individuale di informazioni presso istituti di ricerca, archivi e biblioteche, italiani e stranieri. Sarà, infine, compito delle studentesse e degli studenti rielaborare in modo autonomo e con capacità critica i dati e le informazioni acquisite, al fine di giungere a una sintesi personale e a un contributo originale nell'ambito del percorso formativo prescelto.

Profilo professionale e sbocchi occupazionali

PROFILO PROFESSIONALE

Le conoscenze e le competenze acquisite permetteranno alle laureate e ai laureati del Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda di svolgere attività lavorative, anche con funzioni di responsabilità, nei vari comparti delle imprese editoriali e, più in generale, in qualunque iniziativa pubblica e privata che preveda un'attività editoriale. L'elevata formazione culturale nell'ambito della storia del libro e dell'editoria moderna e contemporanea permetterà alle laureate e ai laureati di esprimersi attraverso profili professionali che si dedicano all'organizzazione di attività culturali nei vari ambiti della pubblica amministrazione. Le laureate e i laureati potranno assumere ruoli importanti in archivi e musei editoriali, biblioteche e centri di studio pubblici e privati. Avranno la possibilità di dedicarsi a lavori autonomi come imprenditori oppure svolgere attività di amministratori con funzioni dirigenziali in imprese editoriali.

Le attività lavorative previste riguardano anche il campo dell'informazione e della comunicazione, con un'elevata padronanza delle nuove tecnologie. Il profilo professionale delle laureate e dei laureati del Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda consentirà l'ideazione e l'organizzazione di manifestazioni culturali a vari livelli, in cui l'analisi e lo sviluppo di modelli multimediali trovi applicazione. Esso permetterà, inoltre, la gestione dell'immagine in archivi e musei, e la cura di eventi comunicativi, oltre all'assunzione di funzioni dirigenziali in istituzioni in Italia o all'estero.

Le laureate e i laureati del Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda acquisiranno un profilo professionale di alta specializzazione nel settore della moda. Esso, unico nel panorama attualmente esistente in ambito umanistico, consentirà l'ingresso in imprese operanti nelle filiere della moda, in Italia e all'estero. Le conoscenze e le competenze professionali ottenute consentiranno l'accesso a funzioni dirigenziali in giornali e periodici di moda, agenzie di pubbliche relazioni, archivi e musei, enti culturali pubblici e privati in rapporto con il settore della moda.

Al termine del loro percorso formativo, le laureate e i laureati del Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda acquisiranno le conoscenze e le competenze culturali necessarie per accedere ai dottorati di ricerca. Potranno anche frequentare, dopo un'opportuna selezione, sia il Master di I livello in Editoria Libreria, organizzato dalla Facoltà di Studi Umanistici in collaborazione con la Fondazione Mondadori e con l'Associazione Italiana Editori, sia il Master di II livello in Digital Humanities, sia quello in Public History, organizzati dal Dipartimento di Studi Storici, in collaborazione, rispettivamente, con il Comune di Milano e con la Fondazione Feltrinelli.

SBOCCHI PROFESSIONALI

1) Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate

Funzione in un contesto di lavoro:

Gli specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e di professioni assimilate promuovono le relazioni pubbliche e l'immagine di un'impresa o di un'organizzazione scrivendo testi, selezionando e diffondendo materiale pubblicitario, organizzando e sponsorizzando eventi di particolare importanza e visibilità, attività con azioni benefiche a favore della popolazione e attività simili, non direttamente collegate alla promozione pubblicitaria.

Competenze associate alla funzione:

- Competenze nella comunicazione d'impresa e nell'analisi di campagne di comunicazione e informazione da parte di soggetti diversi (aziende, organizzazioni, istituzioni, etc.)

- Competenze nel campo dei media tradizionali, dei nuovi media, della comunicazione di massa, della comunicazione d'impresa e della comunicazione pubblicitaria

Sbocchi occupazionali:

- Agenzie di relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa
- Consulenza di immagini
- Pubbliche amministrazioni
- Uffici per le relazioni con il pubblico
- Uffici stampa

2) Dialoghista e parolieri

Funzione in un contesto di lavoro:

I dialoghista e i parolieri scrivono soggetti e dialoghi per il cinema, la radio e la televisione, testi e libretti da musicare.

Competenze associate alla funzione:

- Competenze teoriche e tecnico-pratiche in ambito cinematografico e radiotelevisivo
- Competenze letterarie e linguistiche
- Competenze storiche, filosofiche e artistiche
- Competenze nell'ambito dei media tradizionali

Sbocchi occupazionali:

- Agenzie di dialoghista
- Agenzie di librettisti
- Agenzie di parolieri di canzoni
- Aziende che si occupano dell'adattamento cinematografico e radiotelevisivo
- Aziende che si occupano della redazione di testi cinematografici e radiotelevisivi

3) Redattori di testi per la pubblicità

Funzione in un contesto di lavoro:

I redattori di testi per la pubblicità redigono testi informativi e pubblicitari per beni e servizi da diffondere a mezzo stampa, radiotelevisione e altri mezzi di comunicazione mediatica.

Competenze associate alla funzione:

- Conoscenze di marketing, comunicazione di massa e studi di mercato
- Capacità di analizzare lo storytelling, i significati e i valori associati a un marchio e a un prodotto
- Competenze nell'analisi di campagne pubblicitarie e conoscenze nell'ambito dei media tradizionali e dei nuovi media

Sbocchi occupazionali:

- Agenzie che si occupano di creazione e redazione di testi pubblicitari
- Agenzie di consulenza che si occupano di copywriting e storytelling

4) Redattori di testi tecnici

Funzione in un contesto di lavoro:

I redattori di testi tecnici redigono manuali, guide, appendici tecniche, fogli e testi informativi per beni e servizi di consumo collegati ai settori dell'editoria, della comunicazione e della moda.

Competenze associate alla funzione:

- Conoscenze di marketing, comunicazione di massa e studi di mercato
- Capacità di analizzare lo storytelling, i significati e i valori associati a un marchio e a un prodotto
- Competenze nell'analisi di campagne pubblicitarie e conoscenze nell'ambito dei media tradizionali e dei nuovi media

Sbocchi occupazionali:

- Aziende che si occupano della redazione di manuali per i settori dell'editoria, della comunicazione e della moda
- Aziende che si occupano della redazione di testi tecnici per i settori dell'editoria, della comunicazione e della moda

5) Revisori di testi

Funzione in un contesto di lavoro:

I revisori di testi applicano le conoscenze in materia linguistica per la revisione critica di testi scritti audiovisivi e multimediali.

Competenze associate alla funzione:

- Competenze letterarie e linguistiche
- Competenze storiche, filosofiche e artistiche
- Competenze nell'ambito dei media tradizionali e dei nuovi media

Sbocchi occupazionali:

- Agenzie che si occupano di correzioni di bozze
- Agenzie che si occupano di revisioni di testi

6) Specialisti in reti e comunicazioni informatiche (intesi come digital media manager, social media manager, web communication manager e web content manager)

Funzione in un contesto di lavoro:

Gli specialisti in reti e comunicazioni informatiche (intesi come digital media manager, social media manager, web communication manager e web content manager) analizzano, progettano, testano, valutano e ottimizzano le prestazioni dei

sistemi di rete e di telecomunicazione, tramite quanto segue:

- la progettazione di siti web statici e dinamici, e di pagine social;
- lo sviluppo di siti web statici e dinamici, e di pagine social;
- la gestione e la manutenzione di siti web statici e dinamici, e di pagine social;
- l'ottimizzazione dei siti web e delle loro pagine per i motori di ricerca;
- la promozione su internet dei siti web e delle pagine social.

Competenze associate alla funzione:

- Competenze di informatica avanzata, di progettazione web e di progettazione di pagine social
- Competenze di comunicazione web e di scrittura di testi per il web
- Competenze di internet marketing
- Competenze di sociologia dei nuovi media, di semiotica dei nuovi media, di informatica umanistica

Sbocchi occupazionali:

- Imprese o organizzazioni che si occupano di comunicazione web per conto di terzi
- Imprese o organizzazioni che gestiscono in proprio la comunicazione su siti web tradizionali e comunicano sui social media
- Settori di imprese o di enti della pubblica amministrazione che gestiscono la comunicazione istituzionale dell'impresa o dell'ente su siti web tradizionali e sui social media

Conoscenze per l'accesso

REQUISITI E CONOSCENZE RICHIESTE PER L'ACCESSO

A) STUDENTESSE E STUDENTI CON TITOLO DI STUDIO ITALIANO

Il Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda prevede un accesso subordinato al superamento di un test attitudinale, finalizzato all'accertamento dell'adeguatezza della preparazione personale delle candidate e dei candidati, che si svolgerà in base alle modalità stabilite dal Collegio Didattico e dal Consiglio di Dipartimento.

Oltre al superamento della prova di verifica obbligatoria, le candidate e i candidati dovranno essere in possesso dei seguenti requisiti di accesso curriculari:

1. Sono ammessi al Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda le laureate e i laureati nella classe di laurea triennale L-20 "Scienze della comunicazione";

2. Sono ammessi inoltre le laureate e 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 crediti formativi universitari (cfu) nei seguenti settori scientifico-disciplinari:

INF/01 Informatica, ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni, IUS/08 Diritto costituzionale, IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico, IUS/10 Diritto amministrativo, IUS/13 Diritto internazionale, IUS/14 Diritto dell'Unione Europea, IUS/20 Filosofia del diritto, IUS/21 Diritto pubblico comparato, L-ART/02 Storia dell'arte moderna, 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, L-FIL-LET/13 Filologia della letteratura italiana, L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate, L-LIN/01 Glottologia e linguistica, L-LIN/03 Letteratura francese, L-LIN/04 Lingua e traduzione - Lingua francese, L-LIN/05 Letteratura spagnola, L-LIN/06 Lingue e letterature ispano-americane, L-LIN/07 Lingua e traduzione - Lingua spagnola, L-LIN/10 Letteratura inglese, L-LIN/11 Lingue e letterature anglo-americane, L-LIN/12 Lingua e traduzione - Lingua inglese, L-LIN/13 Letteratura tedesca, L-LIN/14 Lingua e traduzione - Lingua tedesca, L-LIN/21 Slavistica, M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche, M-FIL/01 Filosofia teoretica, M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza, M-FIL/03 Filosofia morale, M-FIL/04 Estetica, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi, M-FIL/06 Storia della filosofia, M-GGR/01 Geografia, M-PSI/01 Psicologia generale, M-PSI/05 Psicologia sociale, M-STO/02 Storia moderna, M-STO/04 Storia contemporanea, SPS/01 Filosofia politica, SPS/02 Storia delle dottrine politiche, SPS/03 Storia delle istituzioni politiche, SPS/04 Scienza politica, SPS/07 Sociologia generale, SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi, SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici.

3. Infine, sono ammessi le laureate e i laureati provenienti da corsi di laurea triennali di altre classi, o da accademie, istituti d'arte e di design, che abbiano acquisito almeno 9 crediti formativi universitari (cfu) in ciascuno dei seguenti raggruppamenti:

a) L-ART/02 Storia dell'arte moderna, 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

b) L-FIL-LET/10 Letteratura italiana, L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea, L-FIL-LET/12 Linguistica italiana

c) M-FIL/04 Estetica, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi

d) M-STO/02 Storia moderna, M-STO/04 Storia contemporanea

e che abbiano acquisito almeno altri 54 cfu nei seguenti settori scientifico-disciplinari, per un totale di 90 cfu:

INF/01 Informatica, ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni, IUS/08 Diritto costituzionale, IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico, IUS/10 Diritto amministrativo, IUS/13 Diritto internazionale, IUS/14 Diritto dell'Unione Europea, IUS/20 Filosofia del diritto, IUS/21 Diritto pubblico comparato, L-FIL-LET/13 Filologia della letteratura italiana, L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate, L-LIN/01 Glottologia e linguistica, L-LIN/03 Letteratura francese, L-LIN/04 Lingua e traduzione - Lingua francese, L-LIN/05 Letteratura spagnola, L-LIN/06 Lingue e letterature ispano-americane, L-LIN/07 Lingua e traduzione - Lingua spagnola, L-LIN/10 Letteratura inglese, L-LIN/11 Lingue e letterature anglo-americane, L-LIN/12 Lingua e traduzione - Lingua inglese, L-LIN/13 Letteratura tedesca, L-LIN/14 Lingua e traduzione - Lingua tedesca, L-LIN/21 Slavistica, M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche, M-FIL/01 Filosofia teoretica, M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza, M-FIL/03 Filosofia morale, M-FIL/06 Storia della filosofia, M-GGR/01 Geografia, M-PSI/01 Psicologia generale, M-PSI/05 Psicologia sociale, SPS/01 Filosofia politica, SPS/02 Storia delle dottrine politiche, SPS/03 Storia delle istituzioni politiche, SPS/04 Scienza politica, SPS/07 Sociologia generale, SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi, SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici.

4. Per coloro che hanno conseguito una laurea triennale o un titolo equivalente, al fine di iscriversi al Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda, è necessario essere in possesso di una certificazione della conoscenza della lingua inglese di livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER).

È requisito di ingresso una conoscenza della lingua inglese pari o superiore al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER).

Il livello B1 è verificato dal Centro linguistico d'Ateneo SLAM durante la fase di ammissione nei seguenti modi:

- certificazione linguistica conseguita non oltre i 3 anni, di livello B1 o superiore (per la lista delle certificazioni linguistiche riconosciute dall'Ateneo si rimanda al sito: (<https://www.unimi.it/it/node/39267>) La certificazione deve essere caricata durante la procedura di ammissione;

- livello di inglese conseguito durante un corso di laurea Unimi tramite il Centro Linguistico d'Ateneo SLAM, comprese le certificazioni validate durante la carriera triennale. Sono ritenuti validi gli accertamenti conseguiti da meno di quattro anni dalla data di presentazione della domanda. La verifica avviene d'ufficio senza alcuna necessità di allegare attestati;

- test di ingresso, erogato dal Centro SLAM, secondo il calendario pubblicato sul sito: (<https://www.unimi.it/it/node/39267>). Tutti coloro che non invieranno una certificazione valida né risulteranno con livello valido saranno convocati al test tramite la procedura di ammissione.

In caso di non sostenimento o non superamento del test di ingresso, la candidata/il candidato dovrà conseguire una certificazione tra quelle riconosciute (<https://www.unimi.it/it/node/39322>) e inviarla al Centro SLAM tramite il servizio Informastudenti entro la scadenza definita dal corso di laurea magistrale (<https://www.unimi.it/it/node/39267>).

In caso di non soddisfazione del requisito entro tale termine la candidata/il candidato non sarà ammessa/o al corso di laurea magistrale e non potrà accedere ad ulteriori test.

L'accertamento dei requisiti di accesso curriculari avverrà tramite colloqui di ammissione, per i quali si rinvia alla sezione successiva.

Tutti i requisiti devono essere acquisiti entro il 31 dicembre 2026.

B) STUDENTESSE E STUDENTI CON TITOLO DI STUDIO ESTERO

È requisito di ingresso una conoscenza della lingua inglese pari o superiore al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER).

Il livello B1 è verificato dal Centro linguistico d'Ateneo SLAM durante la fase di ammissione nei seguenti modi:

- certificazione linguistica conseguita non oltre i 3 anni, di livello B1 o superiore (per la lista delle certificazioni linguistiche riconosciute dall'Ateneo si rimanda al sito: (<https://www.unimi.it/it/node/39267>) La certificazione deve essere caricata durante la procedura di ammissione;

- livello di inglese conseguito durante un corso di laurea Unimi tramite il Centro Linguistico d'Ateneo SLAM, comprese le certificazioni validate durante la carriera triennale. Sono ritenuti validi gli accertamenti conseguiti da meno di quattro anni dalla data di presentazione della domanda. La verifica avviene d'ufficio senza alcuna necessità di allegare attestati;

- test di ingresso, erogato dal Centro SLAM, secondo il calendario pubblicato sul sito: (<https://www.unimi.it/it/node/39267>). Tutti coloro che non invieranno una certificazione valida né risulteranno con livello valido saranno convocati al test tramite la procedura di ammissione.

In caso di non sostenimento o non superamento del test di ingresso, la candidata/il candidato dovrà conseguire una certificazione tra quelle riconosciute (<https://www.unimi.it/it/node/39322>) e inviarla al Centro SLAM tramite il servizio Informastudenti entro la scadenza definita dal corso di laurea magistrale (<https://www.unimi.it/it/node/39267>).

In caso di non soddisfazione del requisito entro tale termine la candidata/il candidato non sarà ammessa/o al corso di laurea magistrale e non potrà accedere ad ulteriori test.

Le candidate e i candidati con titolo di studio estero saranno valutati in base al loro academic transcript e alla loro conoscenza della lingua italiana.

Questa valutazione avverrà tramite colloquio di ammissione, per il quale si rinvia alla sezione successiva.

Tutti i requisiti devono essere acquisiti entro il 31 dicembre 2026.

MODALITA' DI VERIFICA DELLE CONOSCENZE E DELLA PREPARAZIONE PERSONALE

A) STUDENTESSE E STUDENTI CON TITOLO DI STUDIO ITALIANO

Possono presentare domanda di ammissione le candidate e i candidati provenienti da corsi di laurea triennali, o da accademie, istituti d'arte e di design, oltre alle studentesse e agli studenti di altri corsi di laurea magistrali che intendano trasferirsi, anche da altro ateneo.

Le candidate e i candidati devono aver completato la procedura on-line in base alle modalità riportate alla pagina:
<https://www.unimi.it/it/studiare/frequentare-un-corso-di-laurea/isciversi/isciversi-un-corso-magistrale>
e in base alle scadenze riportate alla pagina:
<https://eccm.cdl.unimi.it/it/isciversi>

ATTENZIONE: Per la valutazione dei requisiti di accesso curriculari è indispensabile un'autocertificazione completa, corretta e firmata con tutti i dati seguenti:

- università
- corso di laurea e relativa classe
- elenco degli esami con rispettivi data, voto, crediti formativi universitari, settori scientifico-disciplinari
- numero totale dei crediti formativi universitari acquisiti
- solo per laureate e laureati: data e voto di laurea

Gli Atenei permettono di scaricare questo documento direttamente dai loro siti web.

Qualora la documentazione presentata risultasse non completa, non corretta oppure non firmata, la Commissione si riserva di non valutarla.

Per accedere al Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda sono necessari il superamento di un test attitudinale, finalizzato ad accertare le conoscenze e le competenze acquisite nel percorso formativo triennale, e un colloquio di ammissione per la verifica dei requisiti di accesso curriculari.

Prova di verifica obbligatoria

La prova di verifica obbligatoria si svolgerà nel giorno e all'orario indicati al seguente link:

<https://eccm.cdl.unimi.it/it/isciversi>
alla sezione "Domande di ammissione/Colloqui/Immatricolazioni".

Il test attitudinale è finalizzato a valutare il livello di preparazione personale necessario per l'iscrizione al Corso di laurea magistrale ed è costituito da 60 quesiti con risposta a scelta multipla sui seguenti argomenti:

- letteratura/linguistica
- storia/filosofia
- storia dell'arte/teatro/cinema
- giornalismo/media/attualità

La prova di verifica sarà ritenuta superata se la candidata o il candidato si collocherà nel migliore 70% rispetto ai risultati complessivi; viceversa, la prova di verifica non sarà ritenuta superata se la candidata o il candidato si collocherà nel peggiore 30% rispetto ai risultati complessivi.

Colloqui di ammissione

I colloqui di ammissione per la verifica dei requisiti di accesso curriculari si svolgeranno nei giorni e agli orari indicati al seguente link:

<https://eccm.cdl.unimi.it/it/isciversi>
alla sezione "Domande di ammissione/Colloqui/Immatricolazioni".

Per questa verifica, le candidate e i candidati potranno presentarsi in una data a scelta fra quelle indicate.

B) STUDENTESSE E STUDENTI CON TITOLO DI STUDIO ESTERO

Possono presentare domanda di ammissione le candidate e i candidati provenienti da corsi di studio estero.

Le candidate e i candidati devono aver completato la procedura on-line in base alle modalità riportate alla pagina:
<https://www.unimi.it/it/studiare/frequentare-un-corso-di-laurea/isciversi/isciversi-un-corso-magistrale>
e in base alle scadenze riportate alla pagina:
<https://eccm.cdl.unimi.it/it/isciversi>

Le candidate e i candidati con titolo di studio estero saranno esentati dalla prova di verifica obbligatoria e saranno valutati in base al loro academic transcript e alla loro conoscenza della lingua italiana.

Per questa valutazione, le candidate e i candidati dovranno presentarsi all'unico colloquio di ammissione che si svolgerà nel giorno e all'orario indicati al seguente link:

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

alla sezione "Domande di ammissione/Colloqui/Immatricolazioni".

A questo proposito, sarà inviato loro un promemoria.

Struttura del corso

MODALITA' DELLA DIDATTICA E ARTICOLAZIONE DELLA STESSA

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 le studentesse e gli studenti devono acquisire 120 crediti formativi universitari (cfu).

Il Corso di laurea magistrale struttura le proprie attività formative su base semestrale tramite lezioni, laboratori, tirocini, eventuali esercitazioni e seminari, svolti sia all'interno sia all'esterno dell'Ateneo, orientati verso possibili sbocchi professionalizzanti.

È prevista la possibilità di arricchire ulteriormente il quadro dell'offerta formativa con esperienze all'estero, presso numerose università convenzionate tramite i Programmi Erasmus+ Studio e Traineeship.

ARTICOLAZIONE INSEGNAMENTI

Gli insegnamenti sono di norma monodisciplinari, ma possono essere istituite discipline integrate. Essi sono attivati direttamente dal Corso di laurea magistrale oppure mutuati dagli altri Corsi di laurea magistrale 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, ma il Collegio didattico può deliberare uno svolgimento parziale o totale in lingua straniera su proposta dei docenti interessati e tenendo conto delle conoscenze e delle competenze linguistiche delle studentesse e degli studenti.

ATTIVAZIONE CURRICULA E DESCRIZIONE

Il Corso di laurea magistrale è articolato in tre curricula (Editoria, Comunicazione e Moda) al secondo anno.

Il curriculum Editoria prevede l'acquisizione di particolari conoscenze e competenze nel campo della storia del libro e dei sistemi editoriali, 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 nell'ambito delle culture della comunicazione, delle teorie e delle tecniche comunicative, dei sistemi mass mediali e degli studi settoriali specifici. Il curriculum Moda prevede l'acquisizione di particolari conoscenze e competenze riguardanti le culture della moda, intese come paradigmi comunicativi necessari alla comprensione e alla realizzazione sia di studi settoriali sia di prassi professionali.

PRESENTAZIONE DEL PIANO DI STUDI

Tutte le informazioni riguardanti il piano di studi sono pubblicate sul sito web d'Ateneo al seguente link:

<https://www.unimi.it/it/studiare/frequentare-un-corso-di-laurea/seguire-il-percorso-di-studi/piano-studi>

E' possibile presentare il piano di studi nel rispetto delle modalità e delle scadenze dell'Ateneo.

In aggiunta alle attività formative previste dal piano didattico, si segnalano quelle previste dal progetto d'Ateneo per lo sviluppo delle competenze e delle abilità trasversali. Qualora siano state sottoscritte dal Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda, esse possono essere inserite nel piano di studio come attività sostitutive di laboratorio, dando luogo a 3 crediti formativi universitari (cfu). Esse hanno frequenza obbligatoria e numero definito di posti disponibili. Per maggiori dettagli si rimanda alla seguente pagina web:

<https://www.unimi.it/it/studiare/frequentare-un-corso-di-laurea/seguire-il-percorso-di-studi/competenze-e-abilita-trasversali>

CALENDARIO ATTIVITA' DIDATTICHE

Tutte le informazioni riguardanti l'organizzazione della didattica sono pubblicate sul sito web d'Ateneo al seguente link:

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

ORARIO LEZIONI

Tutte le informazioni riguardanti l'orario delle lezioni sono pubblicate sul sito web d'Ateneo al seguente link:

https://easystaff.divsi.unimi.it/PortaleStudenti/index.php?_lang=it&include=corso&view=easycourse

ESAMI

Tutte le informazioni riguardanti il calendario degli appelli sono pubblicate sul sito web d'Ateneo al seguente link:

<https://www.unimi.it/it/studiare/frequentare-un-corso-di-laurea/seguire-il-percorso-di-studi/esami/calendario-degli-appelli>
L'acquisizione da parte delle studentesse e degli studenti dei crediti formativi universitari (cfu) stabiliti per ciascun insegnamento è subordinata al superamento del relativo esame di profitto, che dà luogo a votazione in trentesimi, ai sensi della normativa d'Ateneo. Gli esami di profitto si svolgono in forma orale o scritta, così come stabilito dai docenti responsabili degli insegnamenti, al fine di assicurare l'accertamento delle conoscenze, delle competenze e delle abilità acquisite durante l'attività formativa. Le modalità di svolgimento degli esami di profitto, nonché quelle relative alla verifica delle ulteriori attività formative (accertamenti linguistici, laboratori e tirocini, etc.) e alla prova finale, sono stabilite in base alle normative disposte, per le parti di competenza, dal Regolamento didattico d'Ateneo.

Tutorato

Il Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda offre un servizio di orientamento e tutorato in ingresso e in itinere.

Tutte le informazioni riguardanti i docenti di riferimento e i tutor del Corso di laurea magistrale sono pubblicate sul Portale d'Ateneo al seguente link:

<https://eccm.cdl.unimi.it/it/il-corso/referenti-e-contatti>

Prove di lingua / Informatica

Per poter conseguire il titolo di studio è richiesta la conoscenza della lingua inglese di livello B2. Tale livello può essere attestato nei seguenti modi:

- tramite una certificazione linguistica conseguita non oltre i 3 anni antecedenti la data di presentazione della stessa, di livello B2 o superiore (per la lista delle certificazioni linguistiche riconosciute dall'Ateneo si rimanda al sito: <https://www.unimi.it/it/node/297/>). La certificazione, se non già inviata in fase di ammissione, deve essere caricata al momento dell'immatricolazione, o, successivamente, sul portale <http://studente.unimi.it/uploadCertificazioniLingue>;
- livello B2 o superiore conseguito precedentemente e validato in fase di ammissione;
- livello B2 o superiore raggiunto durante il test di ingresso;
- Placement Test, erogato da SLAM esclusivamente durante il I anno, da ottobre a gennaio.

Tutti coloro che non risulteranno con livello B2 o superiore dovranno frequentare un corso di inglese di livello B2, erogato dal Centro linguistico d'Ateneo SLAM esclusivamente nel II semestre del I anno.

Coloro che non frequenteranno il corso o non supereranno il test finale entro 6 tentativi dovranno conseguire privatamente una certificazione entro la laurea.

Obbligo di frequenza

La frequenza agli insegnamenti del Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda, pur non essendo obbligatoria, è fortemente consigliata. La frequenza del laboratorio e del tirocinio è invece obbligatoria.

Caratteristiche Tirocinio

Il percorso formativo del Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda prevede un tirocinio obbligatorio da 3 cfu per una durata minima di 90 ore e una durata massima, di norma, di 250 ore.

Tutte le informazioni riguardanti i tirocini presso la Facoltà di Studi Umanistici e le eventuali attività sostitutive sono pubblicate sul sito web d'Ateneo al seguente link:

<https://www.unimi.it/it/studiare/stage-e-lavoro/stage-e-tirocini/tutor-tirocini-curricolari-e-cfu/tirocini-studi-umanistici>

Caratteristiche della prova finale

Acquisiti i 99 crediti formativi universitari (cfu) previsti, le studentesse e gli studenti sono ammessi a sostenere la prova finale per il conseguimento della laurea magistrale, che dà diritto a ulteriori 21 cfu, per un totale di 120 cfu.

Lo svolgimento della prova finale si realizza sotto la guida di una relatrice o un relatore, e porta le studentesse e gli studenti a effettuare ricerche in archivi pubblici e privati, a elaborare dati statistici, a creare bibliografie ragionate, a consultare testi di approfondimento, pubblicati in Italia e all'estero. Le studentesse e gli studenti verificano e rafforzano, così, le proprie capacità di scrittura e organizzazione del testo. Qualora la prova finale non consista in un elaborato scritto, bensì in un progetto, una ricerca sul campo oppure un prodotto informatico o multimediale, le studentesse e gli studenti saranno chiamati ad applicare le proprie conoscenze e a dimostrare le proprie capacità di elaborazione. In entrambi i casi, le studentesse e gli studenti realizzeranno un lavoro conclusivo originale, tramite il quale non soltanto metteranno a frutto le abilità acquisite nell'ambito di riferimento, ma genereranno risultati innovativi. La preparazione della prova finale potrà portare le studentesse e gli studenti a una specifica interazione con il mondo del lavoro, attraverso il reperimento di dati e documenti oppure la realizzazione di interviste a figure professionali di particolare rilievo.

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

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

Per le modalità di attribuzione del voto finale e per la composizione della Commissione giudicatrice si rinvia alle disposizioni della Facoltà di Studi Umanistici.

ESPERIENZA DI STUDIO ALL'ESTERO NELL'AMBITO DEL PERCORSO FORMATIVO

L'Università degli Studi di Milano sostiene la mobilità degli studenti, offrendo l'opportunità di svolgere periodi di studio e di tirocinio all'estero, arricchendo il proprio percorso formativo in un contesto internazionale e stimolante.

Gli accordi stipulati dall'Ateneo con oltre 300 università dei 27 Paesi dell'Unione nell'ambito del programma Erasmus+ permettono agli studenti regolarmente iscritti di svolgere parte del proprio percorso di studi presso una delle università partner o seguire percorsi di tirocinio/stage presso imprese, centri di formazione e di ricerca e altre organizzazioni.

Analoghe opportunità di mobilità internazionale vengono garantite inoltre anche per destinazioni extra-europee, grazie ai rapporti di collaborazione stabiliti dall'Ateneo con numerose prestigiose istituzioni.

L'Università degli Studi di Milano fa inoltre parte della 4EU+ European University Alliance, che offre opportunità di mobilità (virtuale, mista e fisica) tra gli 8 atenei multidisciplinari e fortemente orientati alla ricerca che costituiscono l'Alleanza. Fanno parte dell'Alleanza 4EU+, con il nostro ateneo, Charles University di Praga, Università di Heidelberg, Université Paris-Panthéon-Assas, Sorbonne Université di Parigi, Università di Copenaghen, Università di Ginevra e Università di Varsavia.

Cosa offre il corso di studi

Il Corso di laurea magistrale offre l'opportunità di svolgere un'esperienza formativa all'estero, tramite il Programma Erasmus+ Studio, per un periodo di 6 mesi presso diverse sedi in Francia, Germania, Olanda, Polonia, Regno Unito, Repubblica Ceca, Spagna e Svezia, con la possibilità di prolungare la permanenza o ripetere l'esperienza fino a 12 mesi. Sono interessati le studentesse e gli studenti che desiderano effettuare attività di frequenza dei corsi, di ricerca e tesi di laurea magistrale, in ambiti disciplinari coerenti con il proprio percorso formativo.

In particolare, si segnalano le convenzioni attive con le università di Avignone, Le Mans, Lille e Parigi (Francia), Heidelberg (Germania), Rotterdam (Olanda), Varsavia e Wroclaw (Polonia), Cardiff (Regno Unito), Praga (Repubblica Ceca), Barcellona, Madrid e Saragozza (Spagna) e Stoccolma (Svezia).

Gli esami sostenuti all'estero e l'attività di ricerca e tesi di laurea magistrale sono riconosciuti in seguito a un piano di studi concordato con la sede ospitante. Prima della partenza, le studentesse e gli studenti definiscono un Learning agreement sulla base degli esami e delle attività che intendono sostenere nell'Università partner, corrispondenti alle esigenze del proprio piano di studi.

Il Corso di laurea magistrale promuove altresì il Programma Erasmus+ Traineeship, che prevede la mobilità anche per neo-laureate e neo-laureati entro 12 mesi dalla laurea magistrale, presso istituzioni straniere individuate di volta in volta, per un periodo di tirocinio che può essere riconosciuto, previo accordo, tramite crediti formativi universitari (cfu) e registrato sul documento 'Europass'.

Modalità di partecipazione ai programmi di mobilità - mobilità Erasmus

Gli studenti dell'Università degli Studi di Milano partecipano ai programmi di mobilità Erasmus per studio e tirocinio tramite una procedura pubblica di selezione finalizzata a valutare, grazie a specifiche commissioni:

- la carriera accademica
- la proposta di programma di studio/tirocinio all'estero del candidato
- la conoscenza della lingua straniera di lavoro
- le motivazioni alla base della candidatura

Bando e incontri informativi

La selezione pubblica annuale per l'Erasmus studio si svolge in genere a febbraio e prevede la pubblicazione di un bando che specifica sedi, numero di posti e requisiti richiesti.

Per quanto riguarda l'Erasmus Traineeship, vengono generalmente pubblicati due bandi all'anno che prevedono rispettivamente la possibilità di reperire autonomamente una sede di tirocinio o di presentare domanda per una sede definita tramite accordo inter-istituzionale.

L'Ateneo organizza incontri informativi generali e/o declinati per area disciplinare per illustrare le opportunità di mobilità internazionale e le modalità di partecipazione.

Borsa di studio Erasmus+

Per i soggiorni all'estero che rientrano nel programma Erasmus+, l'Unione Europea assegna ai vincitori della selezione una borsa di mobilità a supporto delle spese sostenute, che può essere integrata da un contributo dell'Ateneo per gli studenti in condizioni economiche svantaggiate.

Corsi di lingua

Gli studenti che superano le selezioni per i programmi di mobilità possono avvalersi dei corsi intensivi di lingue straniere proposti ogni anno dal Centro linguistico d'Ateneo SLAM.

<https://www.unimi.it/it/node/8/>

Maggiori informazioni alla pagina: <https://www.unimi.it/it/node/274/>

Per assistenza:

Ufficio Mobilità internazionale

Via Santa Sofia 9 (secondo piano)

Tel. 02 503 13501-12589-13495-13502

Contatti: InformaStudenti;
 Orario sportello: prenotazioni da InformaStudenti

MODALITA' DI ACCESSO: 1° ANNO LIBERO CON VALUTAZIONE DEI REQUISITI DI ACCESSO

Informazioni e modalità organizzative per immatricolazione

Tutte le informazioni riguardanti Immatricolarsi e iscriversi sono pubblicate sul sito web d'Ateneo al seguente link:

<https://www.unimi.it/studiare/frequentare-un-corso-di-laurea/iscriversi-un-corso-di-laurea>

Tutte le modalità e le scadenze per la presentazione della domanda di ammissione e per l'immatricolazione sono pubblicate anche nell'avviso di ammissione al seguente link:

<https://www.unimi.it/corsi/laurea-magistrale/editoria-culture-della-comunicazione-e-della-moda>

N° posti riservati a studenti extracomunitari non soggiornanti in Italia

10

1° ANNO DI CORSO Attività formative obbligatorie comuni a tutti i curricula		
Attività formativa	Cfu	Settore
Accertamento di lingua inglese - livello B2 (3 CFU)	3	NN
Totale CFU obbligatori		3
Attività a scelta comuni a tutti i curricula		
9 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Estetica degli oggetti		PHIL-04/A
Estetica della musica e dello spettacolo		PHIL-04/A
9 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Lingua italiana e testi per musica		LIFI-01/A
Linguistica dei media		LIFI-01/A
6 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Introduction to computer vision and its applications		INFO-01/A
Tecnologie dei dati e del linguaggio		INFO-01/A
6 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Comunicazione e sostenibilità		GSPS-06/A
Cultura giornalistica		GSPS-06/A
9 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Marketing politico e ideologie nella storia		GSPS-03/A
Storia del pensiero politico contemporaneo		GSPS-03/A
9 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Storia della cultura contemporanea		HIST-03/A
Storia sociale dello spettacolo		HIST-03/A
3 CFU da acquisire con un laboratorio		
Attività conclusive comuni a tutti i curricula		
Prova finale	21	NN
Totale CFU obbligatori		21

ELENCO CURRICULA ATTIVI

EDITORIA Annualità attivate: 1°

COMUNICAZIONE Annualità attivate: 1°

MODA Annualità attivate: 1°

CURRICULUM: [CBH-A] EDITORIA

2° ANNO DI CORSO (da attivare a partire dall'a.a. 2027/28) Attività formative obbligatorie specifiche del curriculum EDITORIA

Attività formativa	Cfu	Settore
Editoria multimediale	6	GSPS-06/A
Storia del libro e dei sistemi editoriali	9	HIST-04/C
Totale CFU obbligatori		15
Attività a scelta specifiche del curriculum EDITORIA		
9 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Economia delle imprese editoriali		ECON-06/A
Printed Books: a Cultural History of Publishing, Reading, and Preserving		HIST-04/C
Storia culturale dell'età moderna		HIST-02/A
Storia del mondo contemporaneo		HIST-03/A
9 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Filologia editoriale e letteratura italiana del Novecento		LICO-01/A
Letteratura e sistema editoriale nell'Italia moderna e contemporanea		LICO-01/A
9 CFU da acquisire in insegnamenti a scelta libera (9 CFU oppure 6+3 CFU come integrazione - Le richieste di iterazione di un esame, per un totale massimo di 18 CFU, sono da motivare al docente titolare dell'insegnamento, che concorderà il		

relativo programma d'esame)
3 CFU da acquisire con un tirocinio

CURRICULUM: [CBH-B] COMUNICAZIONE

2° ANNO DI CORSO (da attivare a partire dall'a.a. 2027/28) Attività a scelta specifiche del curriculum COMUNICAZIONE		
6 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Cinema e studi culturali		PEMM-01/B
Cultura visuale		PEMM-01/B
Storia dei partiti e delle culture politiche		HIST-03/A
Teorie dell'immagine in movimento		PEMM-01/B
9 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Comunicazione pubblica nella storia delle istituzioni		GSPS-03/B
Diritto dei dati e società digitale		GIUR-05/A
Diritto della privacy		GIUR-05/A
Modi e forme della comunicazione in età antica, medievale e moderna		(3) HIST-02/A, (3) HIST-01/A, (3) STAN-01/B
9 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Interlinguistica		GLOT-01/A
Produzione letteraria nell'Italia otto-novecentesca		LICO-01/A
6 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Media theory and AI		(3) PEMM-01/B, (3) PHIL-04/A
Teorie e culture della pubblicità e della comunicazione contemporanea		PEMM-01/B
Teorie e tecniche della comunicazione radio-televisiva		GSPS-06/A
12 CFU da acquisire in insegnamenti a scelta libera (6+6 CFU oppure 9+3 CFU come integrazione - Le richieste di iterazione di un esame, per un totale massimo di 18 CFU, sono da motivare al docente titolare dell'insegnamento, che concorderà il relativo programma d'esame)		
3 CFU da acquisire con un tirocinio		

CURRICULUM: [CBH-C] MODA

2° ANNO DI CORSO (da attivare a partire dall'a.a. 2027/28) Attività formative obbligatorie specifiche del curriculum MODA		
Attività formativa	Cfu	Settore
Culture del Made in Italy in moda e design	9	HIST-03/A
Scritture, gender e moda nell'Italia contemporanea	9	LICO-01/A
Storia e documentazione della moda	9	HIST-03/A
	Totale CFU obbligatori	27
Attività a scelta specifiche del curriculum MODA		
6 CFU da acquisire in una delle seguenti materie		
Fashion publishing and new media communication		GSPS-06/A
Fotografia e nuovi media per l'arte contemporanea		ARTE-01/C
Produzione artistica e società industriale		ARTE-01/C
Storia della comunicazione simbolica contemporanea		HIST-03/A
9 CFU da acquisire in insegnamenti a scelta libera (9 CFU oppure 6+3 CFU come integrazione - Le richieste di iterazione di un esame, per un totale massimo di 18 CFU, sono da motivare al docente titolare dell'insegnamento, che concorderà il relativo programma d'esame)		
3 CFU da acquisire con un tirocinio		