



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

Corso di
laurea magistrale in
**Editoria, culture
della comunicazione
e della moda**

FACOLTÀ DI
Studi Umanistici

Accesso

Libero con valutazione dei requisiti di accesso.

Requisiti di accesso

Studenti con titolo di studio italiano

- Laureati nella classe di laurea triennale in Scienze della comunicazione (L-20).
- Laureati nelle classi di laurea triennale in: Beni culturali (L-1), Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda (L-3), Filosofia (L-5), Lettere (L-10), Scienze dell'educazione e della formazione (L-19), Storia (L-42) e nelle corrispondenti classi previste dal D.M. 509/99 purché abbiano acquisito almeno 60 crediti in determinati settori scientifico-disciplinari specificati nel Manifesto degli studi.
- Laureati provenienti da altre classi di laurea triennale, nonché i laureati provenienti da accademie, istituti d'arte e di design, purché abbiano acquisito almeno 90 crediti in determinati settori scientifico-disciplinari specificati nel Manifesto degli studi, di cui 9 crediti 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 contemporanea

L'ammissione prevede inoltre una prova obbligatoria di verifica della preparazione personale, consistente in un test che si svolgerà nel mese di settembre e che selezionerà il 50% dei meglio posizionati.

Studenti con titolo di studio estero

Esentati dalla prova obbligatoria di verifica, gli studenti con titolo di studio estero verranno valutati in base al loro *academic transcript* e alla loro conoscenza della lingua italiana.

Obiettivi

Il Corso di Laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda ha come finalità di:

- 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 (ICT), 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 (anche con l'ausilio delle strutture telecomunicative del Centro di servizio per le tecnologie e la didattica universitaria multimediale e a distanza (CTU) dell'Università degli studi di Milano);

- 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 (con comunicazione specializzata, archivi, musei, mostre tradizionali e digitali, siti web, ecc.).

Sbocchi professionali

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 dei laureati nella classe LM-92 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 (anche come dirigenti del dipartimento pubblicità e pubbliche relazioni), oltre a funzioni dirigenziali in organizzazioni nazionali o sovranazionali.

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.

Piano degli studi

Curriculum: Editoria

I anno

INSEGNAMENTI	CREDITI
Letteratura e sistema editoriale nell'Italia moderna e contemporanea	9
Storia sociale dello spettacolo	9
Un insegnamento a scelta tra: - Lingua italiana e testi per musica - Linguistica dei media	6
Un insegnamento a scelta tra: - Estetica degli oggetti - Representation and Image Theories	9
Due insegnamenti a scelta tra: - Cultura visuale - Filosofia del linguaggio - Scienze dell'informazione e della comunicazione sul web	6+6
Insegnamenti a scelta dello studente	9
Laboratorio	3

Il anno

INSEGNAMENTI	CREDITI
Editoria multimediale	6
Storia del libro e dei sistemi editoriali	9
Un insegnamento a scelta tra: - Comunicazione e editoria di moda - Storia dei partiti e delle culture politiche - Storia del mondo contemporaneo - Storia della cultura contemporanea	6
Un insegnamento a scelta tra: - Archivistica informatica - Economia delle imprese editoriali - Economia e cultura delle aziende cooperative - Filologia editoriale - Gestione informatizzata della documentazione - Interlinguistica - Letterature comparate - Produzione letteraria dell'Italia otto-novecentesca - Storia culturale dell'età moderna - Storia degli archivi e delle biblioteche - Storia dei generi letterari - Teoria della letteratura - Teoria e tecnica traduzione francese - Teoria e tecnica traduzione inglese - Teoria e tecnica traduzione russa - Teoria e tecnica traduzione spagnola - Teoria e tecnica traduzione tedesca	9
Stage	6
Laboratorio di ricerca e avvio alla professione, propedeutico alla preparazione della tesi	3
Prova finale	24

Curriculum: Comunicazione

I anno

INSEGNAMENTI	CREDITI
Un insegnamento a scelta tra: - Lingua italiana e testi per musica - Linguistica dei media	9
Un insegnamento a scelta tra: - Estetica degli oggetti - Representation and Image Theories	6
Due insegnamenti a scelta tra: - Cinematografia documentaria - Cultura visuale - Filmologia - Scienze dell'informazione e della comunicazione sul web - Teorie e culture della pubblicità e della comunicazione contemporanea	6+6
Un insegnamento a scelta tra: - Storia dei partiti e delle culture politiche - Storia del mondo contemporaneo - Storia della cultura contemporanea - Storia sociale dello spettacolo	9

INSEGNAMENTI	CREDITI
Un insegnamento a scelta tra: <ul style="list-style-type: none"> - Filologia editoriale - Letteratura e sistema editoriale nell'Italia moderna e contemporanea - Letterature comparate - Produzione letteraria nell'Italia otto-novecentesca - Storia dei generi letterari - Teoria della letteratura 	9
Insegnamento a scelta dello studente	9
Laboratorio	3

Il anno

INSEGNAMENTI	CREDITI
Storia del pensiero politico contemporaneo	9
Due insegnamenti a scelta tra: <ul style="list-style-type: none"> - Antropologia sociale - Comunicazione e sostenibilità - Cultura giornalistica - Psicologia transculturale - Teorie e tecniche della comunicazione radio-visiva 	6+6
Un insegnamento a scelta tra: <ul style="list-style-type: none"> - Economia e cultura delle aziende cooperative - Fonti, modelli e linguaggi dell'arte contemporanea - Geografia urbana - Interlinguistica - Lingua francese I (<i>corso annuale</i>) - Lingua russa I (<i>corso annuale</i>) - Storia culturale dell'età moderna - Storia della fotografia - Storia e documentazione d'impresa 	9
Stage	6
Laboratorio di ricerca e avvio alla professione, propedeutico alla preparazione della tesi	3
Prova finale	24

Curriculum: Moda

I anno

INSEGNAMENTI	CREDITI
Estetica degli oggetti	9
Letteratura, moda e costume nell'Italia contemporanea	9
Linguistica dei media	6
Storia e documentazione della moda	9
Due insegnamenti a scelta tra: - Cinematografia documentaria - Cultura visuale - Filosofia del linguaggio - Scienze dell'informazione e della comunicazione sul web - Teorie e culture della pubblicità e della comunicazione contemporanea	6+6
Insegnamenti a scelta dello studente	9
Laboratorio	3

II anno

INSEGNAMENTI	CREDITI
Culture del Made in Italy in moda e design	9
Due insegnamenti a scelta tra: - Comunicazione e editoria di moda - Comunicazione e sostenibilità - Cultura giornalistica - Editoria multimediale - Teorie e tecniche della comunicazione radio-televisiva	6+6
Un insegnamento a scelta tra: - Economia e cultura delle aziende cooperative - Fonti, modelli e linguaggi dell'arte contemporanea - Interlinguistica - Lingua francese I (<i>corso annuale</i>) - Lingua russa I (<i>corso annuale</i>) - Storia della fotografia - Storia e documentazione d'impresa - Storia sociale dello spettacolo	9
Stage	6
Laboratorio di ricerca e avvio alla professione, propedeutico alla preparazione della tesi	3
Prova finale	24

INFO

🎓 *Classe di laurea:* Teoria della comunicazione (LM-92)

🕒 *Durata del corso:* 2 anni (120 crediti)

📅 *Curricula:*

- Editoria
- Comunicazione
- Moda

📅 *Frequenza:* consigliata. I laboratori didattici e stages hanno frequenza obbligatoria.

📍 *Sedi didattiche:*

- via Festa del Perdono, 7 - Milano
- via Noto, 6/8 - Milano

🕒 *Per informazioni:*

didatticacomunicazione@unimi.it

🕒 *Siti utili:*

eccm.cdl.unimi.it
www.unimi.it



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO