



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

*Studentesse e studenti con titolo di studio italiano*

- Laureate e laureati nella classe di laurea triennale in Scienze della comunicazione (L-20).
- Laureate e 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 che abbiano acquisito almeno 60 crediti in determinati settori scientifico-disciplinari specificati nel Manifesto degli studi.
- Laureate e laureati provenienti da altre classi di laurea triennale oppure da accademie, istituti d'arte e di design che abbiano acquisito almeno 90 crediti in determinati settori scientifico-disciplinari specificati nel Manifesto degli studi, di cui almeno 9 crediti in ciascuno dei seguenti quattro 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

L'ammissione prevede inoltre una prova obbligatoria di verifica della preparazione personale, consistente in un test che selezionerà il 70% delle/dei meglio posizionate/i.

*Studentesse e studenti con titolo di studio estero*

Esentate/i dalla prova obbligatoria di verifica, le studentesse e gli studenti con titolo di studio estero saranno 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 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 demotnoantropologiche, 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.

## Sbocchi professionali

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 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 e 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 Comune di Milano e con la Fondazione Feltrinelli.

# Piano degli studi

I anno

INSEGNAMENTI COMUNI A TUTTI I CURRICULA	CREDITI
Accertamento di lingua inglese (livello B2)	3
Un insegnamento a scelta tra: - Estetica degli oggetti - Estetica della musica e dello spettacolo	9
Un insegnamento a scelta tra: - Linguistica italiana e testi per musica - Linguistica dei media	9
Un insegnamento a scelta tra: - Introduction to computer vision and its applications - Tecnologie dei dati e del linguaggio	6
Un insegnamento a scelta tra: - Comunicazione e sostenibilità - Cultura giornalistica	6
Un insegnamento a scelta tra: - Marketing politico e ideologie nella storia - Storia del pensiero politico contemporaneo	9
Un insegnamento a scelta tra: - Storia della cultura contemporanea - Storia sociale dello spettacolo	9
Laboratorio	3

Il anno

(sarà attivato dall'a.a. 2027/2028)

## Curriculum: Editoria

INSEGNAMENTI	CREDITI
Editoria multimediale	6
Storia del libro e dei sistemi editoriali	9
Un insegnamento a scelta tra: - Economia delle imprese editoriali - Printed books: a cultural history of publishing, reading and preserving - Storia culturale dell'età moderna - Storia del mondo contemporaneo	9
Un insegnamento a scelta tra: - Filologia editoriale e letteratura italiana del Novecento - Letteratura e sistema editoriale nell'Italia moderna e contemporanea	9
Insegnamenti a scelta della studentessa o dello studente	9
Tirocinio	3
Prova finale	21

## Curriculum: Comunicazione

INSEGNAMENTI	CREDITI
Un insegnamento a scelta tra: - Cinema e studi culturali - Cultura visuale - Storia dei partiti e delle culture politiche - Teorie dell'immagine in movimento	6
Un insegnamento a scelta tra: - Comunicazione pubblica nella storia delle istituzioni - Diritto dei dati e società digitale - Diritto della privacy - Modi e forme della comunicazione in età antica, medievale e moderna	9
Un insegnamento a scelta tra: - Interlinguistica - Produzione letteraria nell'Italia otto-novecentesca	9
Un insegnamento a scelta tra: - Media theory and AI - Teorie e culture della pubblicità e della comunicazione contemporanea - Teorie e tecniche della comunicazione radio-televisiva	6
Insegnamenti a scelta della studentessa o dello studente	12
Tirocinio	3
Prova finale	21

## Curriculum: Moda

INSEGNAMENTI	CREDITI
Culture del Made in Italy in moda e design	9
Scritture, gender e moda nell'Italia contemporanea	9
Storia e documentazione della moda	9
Un insegnamento a scelta tra: - Fashion publishing and new media communication - Fotografia e nuovi media per l'arte contemporanea - Produzione artistica e società industriale - Storia della comunicazione simbolica contemporanea	6
Insegnamenti a scelta della studentessa o dello studente	9
Tirocinio	3
Prova finale	21

# INFO

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

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

📅 *Curricula:*

- Editoria
- Comunicazione
- Moda

📅 *Frequenza:* consigliata. Il laboratorio didattico e il tirocinio hanno frequenza obbligatoria.

📍 *Sedi didattiche:*

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

📧 *Per informazioni:*

[didatticacomunicazione@unimi.it](mailto:didatticacomunicazione@unimi.it)

🌐 *Siti utili:*

[eccm.cdl.unimi.it](http://eccm.cdl.unimi.it)  
[www.unimi.it](http://www.unimi.it)



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI MILANO