



Corso di laurea magistrale in Marketing, consumi e comunicazione
(con replica in lingua inglese: Marketing, Consumer Behaviour and Communication)

Modalità di ammissione A.A. 2024/2025

A partire dall'**11 dicembre 2023** potranno presentare domanda di ammissione attraverso la procedura online illustrata a questa pagina nella sezione "[Domanda di ammissione](#)" le seguenti tipologie di candidati:

- *laureati e laureandi interni*: laureati o iscritti per l'a.a. 2023/24 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2023/24 (ovvero entro il 31 dicembre 2024) nei Corsi di laurea in *Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche (e ordinamenti previgenti)* e *Corporate Communication and Public Relations*;
- *laureati e laureandi esterni e laureati e laureandi italiani con titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero*: laureati presso altri Atenei o presso l'Università IULM in Corsi di studio diversi da quelli sopra elencati, iscritti presso altri Atenei o presso l'Università IULM in Corsi di studio diversi da quelli sopra elencati per l'a.a. 2023/24 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2023/24 (ovvero entro il 31 dicembre 2024);
- *laureati e laureandi stranieri (UE e/o extra UE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero*: cittadini stranieri (UE e/o extra UE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero. Verranno valutate caso per caso le carriere di studenti che prevedano di laurearsi entro il 31 dicembre 2024.

1. Posti disponibili per l'A.A. 2024/2025

Complessivamente sono disponibili 240 posti, così suddivisi:

- **180 posti** per il Corso di laurea Magistrale in Marketing, consumi e comunicazione (percorso in lingua italiana)
- **60 posti** per il Corso di laurea Magistrale in Marketing, Consumer Behaviour and Communication (replica in lingua inglese)

2. Quota di partecipazione al test di ammissione

L'iscrizione al test comporta il versamento di una quota pari a € 100. La quota di iscrizione al test non viene rimborsata in nessun caso (fatta eccezione la mancata effettuazione del test per esaurirsi dei posti disponibili o per volontà degli Organi di governo dell'Ateneo). La mancata partecipazione al test da parte del candidato per qualsivoglia ragione non costituisce motivo di rimborso.

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

Non è possibile partecipare al test di ammissione al Corso di laurea magistrale in Marketing, consumi e comunicazione e al Corso di laurea magistrale in Marketing, Consumer Behaviour and Communication nella medesima sessione (trattandosi di due curriculum del medesimo Corso, erogato uno in lingua italiana e uno in lingua inglese).

Il candidato che non supererà l'Assessment test per l'ammissione al Corso di laurea magistrale in Marketing, Consumer Behaviour and Communication (di cui al punto 4) potrà chiedere, nella medesima sessione, di partecipare al test di ammissione al Corso di laurea magistrale in Marketing, consumi e comunicazione senza il versamento di una ulteriore quota di partecipazione al test.

3. Requisiti curriculari di ammissione

La Segreteria studenti verificherà che il laureato o il laureando sia in possesso di almeno uno dei seguenti requisiti curriculari:

1a) avere conseguito o stare per conseguire il **titolo di laurea triennale** in una delle seguenti **Classi di laurea (o equipollenti)** o titolo straniero equivalente:

- L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
- L-11 Lingue e culture moderne
- L-12 Mediazione linguistica
- L-14 Scienze dei servizi giuridici
- L-15 Scienze del turismo
- L-16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione
- L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
- L-20 Scienze della comunicazione
- L-24 Scienze e tecniche psicologiche
- L-31 Scienze e tecnologie informatiche
- L-33 Scienze economiche
- L-36 Scienze politiche e delle relazioni internazionali
- L-40 Sociologia

Oppure, per i candidati che abbiano conseguito o stiano per conseguire il **titolo di laurea triennale in Classi diverse da quelle sopra elencate**:

1b) avere acquisito almeno **60 CFU in uno o più dei seguenti settori scientifico-disciplinari** (nel proprio percorso di laurea triennale, oppure tramite il superamento di singoli corsi universitari, oppure tramite l'ottenimento di un titolo di master universitario) entro le date di presentazione della domanda di ammissione:

- IUS/07, IUS/09
- L-LIN/12
- SECS-P/01, SECS P/02, SECS-P/03, SECS-P/05, SECS-P/06, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11, SECS-P/13
- SPS/01, SPS/04, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/11, SPS/12
- SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06
- MAT/05, MAT/06, MAT/08, MAT/09
- M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06
- INF/01

Non sono ammessi i candidati provenienti da **Istituzioni di Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica (AFAM)**.

4. Requisito linguistico: conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2

Per l'ammissione al Corso di laurea magistrale in Marketing, Consumer Behaviour and Communication è indispensabile la conoscenza della lingua inglese a livello almeno pari al B2 (standard CEFR), da verificare con una delle seguenti modalità:

- aver conseguito una delle seguenti certificazioni linguistiche dopo il 1° gennaio 2022: IELTS con punteggio almeno pari a 5,5; TOEFL iBT con punteggio almeno pari a 87; Cambridge English con punteggio almeno pari a 165
- avere ottenuto (in Italia o all'estero) il titolo di laurea di primo livello in un Corso erogato lingua inglese
- avere superato il test Linguaskill presso l'Università IULM con valutazione almeno pari a 165 (solo per studenti IULM)
- superare l'Assessment test (proposto senza costi aggiuntivi dall'Università IULM) con livello almeno B2 in entrambe le sezioni Listening e Use of English
- avere già superato l'Assessment test presso l'Università IULM con un esito almeno pari a B2 in entrambe le sezioni Listening e Use of English in una delle sessioni di ammissione dell'a.a. 2023/24 (e comunque non prima del 1° febbraio 2023)

L'Assessment test (Oxford Placement Test, proposto online senza costi aggiuntivi dall'Università IULM) è previsto nelle seguenti date:

- I sessione: 14 febbraio e 6 marzo 2024
- II sessione: 10 e 23 aprile 2024
- III sessione: 18 giugno 2024 (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)
- IV sessione: date da definire solo in caso di disponibilità di posti residui

Il requisito linguistico si intende acquisito con il superamento dell'Assessment test con livello almeno pari a B2 in entrambe le sezioni Listening e Use of English.

5. Conoscenza della lingua italiana (solo per candidati stranieri al percorso in lingua inglese)

I candidati non madrelingua italiana e/o cittadini non italiani sono tenuti a dichiarare il livello di conoscenza della lingua italiana all'atto dell'iscrizione al test di ammissione e a conseguire, entro il termine del percorso di studi, la richiesta idoneità attestante "la padronanza scritta e orale" anche della lingua italiana.

A tal proposito, i candidati non madrelingua italiana e/o cittadini non italiani dovranno prendere visione delle "[Modalità di accertamento e acquisizione del livello di conoscenza della lingua italiana](#)" pubblicato sul portale d'Ateneo.

6. Sessioni di svolgimento dei test di ammissione e termini di presentazione della domanda di ammissione

- I sessione: **21 marzo 2024**
- II sessione: **30 aprile 2024** (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)
- III sessione: **26 giugno 2024** (solo in caso di disponibilità di posti residui)

La domanda di ammissione dovrà essere presentata entro

- I sessione: 26 febbraio 2024
- II sessione: 17 aprile 2024 (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)
- III sessione: 11 giugno 2024 (solo in caso di disponibilità di posti residui)

Gli studenti che non abbiano superato il test in una sessione potranno candidarsi in una delle successive, per il medesimo curriculum per il quale non abbiano superato il test, tramite la procedura online, senza il versamento di un'ulteriore tassa, previa verifica della disponibilità dei posti.

Le date dei test già programmate potrebbero subire variazioni, che verranno comunicate ai candidati in tempo utile.

I test verranno svolti in modalità online.

7. Criteri di ammissione

Laureati e laureandi interni: i laureati o iscritti per l'a.a. 2023/24 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2023/24 (ovvero entro il 31 dicembre 2024) nei Corsi di laurea in *Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche (e ordinamenti previgenti)* o *Corporate Communication and Public Relations* che presenteranno domanda di ammissione per la prima e la seconda sessione saranno inseriti, senza sostenere alcuna prova, in una graduatoria di ammissione ordinata in base alla media aritmetica dei voti (arrotondata al secondo decimale), alla quale si accede secondo i seguenti criteri:

- per i laureandi il possesso di almeno 120 CFU verbalizzati¹ al 17 febbraio 2024 e media non inferiore a 25/30;
- per i laureati il voto medio di presentazione all'esame di laurea (non il voto di laurea convertito in trentesimi) non inferiore a 25/30.

¹ Non saranno considerati i crediti derivanti da obblighi formativi aggiuntivi (OFA), prove in itinere, esami parziali e/o moduli, anche se verbalizzati.
Consiglio di Facoltà del 13/11/2023 rev. 11/3/2024

Per l'ammissione al Corso di laurea magistrale in Marketing, Consumer Behaviour and Communication i candidati interni in possesso dei suddetti requisiti devono essere in possesso anche del requisito linguistico, ovvero della conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2 (vedi punto 4), ad eccezione dei candidati interni del Corso di laurea in Corporate Communication and Public Relations.

Verranno ammessi i candidati in graduatoria² fino a un massimo complessivamente di 115 (85 per il percorso in lingua italiana e 30 per il percorso in lingua inglese) nelle prime due sessioni. Nel caso in cui il contingente riservato per laureati e laureandi interni si esaurisse, i candidati interni rimasti esclusi potranno sostenere (nel caso fin dalla prima sessione) il medesimo test di ammissione previsto per gli studenti esterni e ne seguiranno i medesimi criteri di ammissione e selezione (senza alcuna differenziazione tra interni ed esterni).

Gli studenti interni in difetto dei predetti requisiti di merito potranno candidarsi al pari degli studenti esterni, ovvero secondo i medesimi criteri di ammissione e selezione, senza alcuna differenziazione tra interni ed esterni (si veda più sotto).

Gli studenti interni coinvolti in periodi di mobilità internazionale nel primo semestre che intendono partecipare al test della prima sessione dovranno segnalarlo all'atto della presentazione della domanda di ammissione e via email a ammissioni.magistrali@iulm.it, onde potere tenere conto (ai fini della verifica del requisito del possesso dei 120 CFU) dei CFU conseguiti all'estero in attesa di riconoscimento.

Eventuali variazioni al contingente dei posti riservati ai candidati interni potranno essere comunicate una settimana prima della data di svolgimento del test.

Laureati e laureandi esterni e laureati e laureandi italiani con titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero: l'ammissione degli studenti laureati esterni sarà stabilita in base ai risultati del test di ammissione, integrato dai punti acquisiti attraverso una valutazione di merito stabilita a partire dal voto di laurea triennale.

I punti di merito saranno attribuiti secondo la seguente tabella:

Voto di Laurea

fino a 88/110	= 0 punti
da 89 a 98/110	= 1 punti
da 99 a 110/110	= 2 punti
110/110 con lode	= 3 punti

I laureandi esterni potranno sostenere il test a condizione che abbiamo verbalizzato:

- per la prima sessione almeno 120 CFU alla data del 26 febbraio 2024
- per la seconda sessione almeno 120 CFU alla data del 17 aprile 2024
- per la terza sessione almeno 130 CFU alla data dell'11 giugno 2024

L'ammissione sarà stabilita in base ai risultati del test, integrato dai punti attribuiti sulla base della media dei voti degli esami (arrotondata al secondo decimale) verbalizzati alle date sopra indicate. I punti di merito saranno attribuiti secondo la seguente tabella:

Media dei voti (arrotondata al secondo decimale)

fino a 25,99/30 inclusi	= 0 punti
da 26/30 a 27,99/30 inclusi	= 1 punti
da 28/30 a 29,99/30 inclusi	= 2 punti
30/30	= 3 punti

I candidati che avranno ottenuto un punteggio complessivo (voto del test + punteggi di merito) maggiore o uguale a 23 saranno considerati ammessi. In caso di un numero di posti inferiore al numero degli ammessi, verrà definita una graduatoria basata sul punteggio complessivamente ottenuto (voto del test + punteggi di merito) arrotondato al secondo

² A parità di punteggio si considererà per i laureati il voto di presentazione della domanda di laurea e per i laureandi la media dei voti arrotondato al secondo decimale conseguiti al termine della presentazione delle domande di ammissione, per ciascuna sessione. In caso di ulteriore parità, sarà considerata la data del pagamento del bollettino per la presentazione della domanda.

decimale. A parità di punteggio si considereranno i punti di merito derivanti dal voto di laurea o dalla media dei voti conseguiti alla data di chiusura della presentazione della domanda prevista per ciascuna sessione. In caso di ulteriore parità, sarà data precedenza, nell'ordine, al candidato che ha ottenuto un punteggio superiore nelle domande del test tese ad accertarne le competenze linguistiche (lingua inglese) e, infine, alla data di presentazione della domanda (fa fede la data e l'ora di pagamento).

I candidati che avranno ottenuto un punteggio complessivo (voto del test + punteggi di merito) inferiore a 18 saranno dichiarati non ammessi; potranno candidarsi in una delle successive sessioni facendone esplicita richiesta alla Segreteria studenti.

I candidati che avranno ottenuto un punteggio complessivo (voto del test + punteggi di merito) maggiore o uguale a 18 e inferiore a 23 saranno inseriti in una lista di attesa a cui si accederà, in ordine di graduatoria, sino all'esaurimento dei posti disponibili, non prima della seconda sessione, previa segnalazione da parte della segreteria studenti, che verrà espressa non prima del 13 maggio 2024.

La graduatoria sarà stabilita in relazione al voto complessivo ottenuto da ogni candidato (voto del test + punteggi di merito). A parità di punteggio si considererà il voto di laurea o la media dei voti conseguiti alla data di chiusura della presentazione della domanda prevista per ciascuna sessione. In caso di ulteriore parità, sarà data precedenza, nell'ordine, al candidato che ha ottenuto un punteggio superiore nelle domande del test tese ad accertarne le competenze linguistiche (lingua inglese) e, infine, alla data del pagamento del bollettino per la presentazione della domanda.

Ai fini della formulazione della graduatoria è obbligatorio presentare

- per i laureandi un certificato/autocertificazione firmata con esami sostenuti (rilasciato dal proprio Ateneo) **che riporti espressamente la media dei voti degli esami superati**
- per i laureati un certificato/autocertificazione con voto di laurea ed esami sostenuti (rilasciato dal proprio Ateneo)

entro le seguenti date:

- entro il 26 febbraio 2024 per la prima sessione
- entro il 17 aprile 2024 per la seconda sessione
- entro l'11 giugno 2024 per la terza sessione

Qualora non fosse possibile fornire un certificato sarà possibile compilare una dichiarazione sostitutiva di certificazione tramite la [procedura online](#).

Previa disponibilità dei posti è sempre possibile ripetere il test nella sessione successiva (annullando il punteggio precedentemente acquisito) oppure chiedere di essere inseriti nella graduatoria successiva mantenendo il punteggio precedentemente acquisito (naturalmente se superiore o uguale a 18).

Verranno ammessi i candidati in graduatoria fino a un massimo di 125 (95 per il percorso in lingua italiana e 30 per il percorso in lingua inglese) complessivamente nelle prime due sessioni.

Eventuali variazioni al contingente dei posti riservati ai candidati esterni potranno essere comunicate una settimana prima dalla data di svolgimento del test. In particolare potranno essere assegnati al contingente dei candidati esterni eventuali posti non coperti dal contingente dei candidati interni.

Laureati e laureandi stranieri (UE e/o extra UE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero: a valle della valutazione dei requisiti curriculari, è previsto un colloquio individuale (da effettuarsi a distanza e non necessariamente nelle date previste nelle sessioni), il cui esito è un giudizio di idoneità o non idoneità. Agli studenti stranieri idonei verranno assegnati, fuori graduatoria, i posti disponibili per i candidati esterni nella prima sessione o della graduatoria unica nelle successive sessioni. Per l'ammissione al percorso in lingua inglese i candidati non madrelingua italiana e/o cittadini non italiani sono tenuti a dichiarare il livello di conoscenza della lingua italiana all'atto dell'iscrizione al test di ammissione e a conseguire, entro il termine del percorso di studi, la richiesta idoneità attestante la padronanza scritta e orale anche della lingua italiana (vedi punto 5).

8. Conferma dell'iscrizione

L'immatricolazione è confermata con il pagamento della prima rata.

Gli ammessi nella prima sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **15 aprile 2024**.

Gli ammessi nella seconda sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **30 maggio 2024** (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE).

Gli ammessi nella terza sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **29 luglio 2024** (solo in caso di disponibilità di posti residui).

In base al numero degli ammessi e ai posti residui i termini per le immatricolazioni potrebbero essere ridotti per consentire lo scorrimento della eventuale graduatoria.

Per gli studenti interni iscritti per l'a.a. 2023/24 al terzo anno dei Corsi di laurea, candidati per la prima sessione all'immatricolazione dei Corsi di laurea magistrale per l'a.a. 2024/25, la scadenza per il versamento della terza rata dell'a.a. 2023/24 è posticipata al 20 aprile 2024 (anziché al 31 marzo).

Per gli studenti non ancora in possesso del diploma di laurea l'immatricolazione è da considerarsi "con riserva" fino al conseguimento del titolo. Gli ammessi "con riserva" sono tenuti ad aggiornare, tramite i [Servizi online](#), la data di conseguimento e la votazione dell'esame di laurea nonché ad allegare un certificato di laurea (o autocertificazione) non appena gli stessi verranno resi noti e disponibili e comunque non oltre il 31 dicembre 2024.

Agli studenti che non perfezioneranno l'iscrizione per mancato ottenimento del titolo di laurea triennale entro il 31 dicembre 2024 l'iscrizione verrà annullata d'ufficio. **In nessun caso è previsto il rimborso della prima rata versata né della quota di partecipazione alla prova di ammissione.**

9. Modalità di svolgimento del test

La prova di ammissione è finalizzata ad accertare la preparazione dei candidati nelle-seguenti aree tematiche:

- Statistica di base
- Marketing
- Economia Aziendale
- Economia politica
- Inglese

e consiste in test scritto composto da 40 domande multiple-choice. Sono previste inoltre ulteriori 20 domande finalizzate a saggiare le competenze del candidato nelle seguenti aree e che non concorrono alla definizione del punteggio finale ai fini della composizione della graduatoria: comprensione del testo, logica, ragionamento numerico e verbale. Non sono previste penalità in caso di risposta omissa o errata. Per rispondere alle 60 domande è previsto un tempo massimo complessivamente pari a 50 minuti.

La prova di ammissione al Corso di laurea magistrale in Marketing, Consumer Behaviour and Communication si svolge in lingua inglese nelle medesime aree tematiche e con la medesima struttura del test di ammissione al Corso di laurea magistrale in Marketing, consumi e comunicazione, ad eccezione delle domande di conoscenza della lingua inglese il cui livello si attesta tra il B2 e il C1.

10. Bibliografia consigliata per la preparazione al test

Marketing

Kerin e altri, *Marketing*, McGraw-Hill Capp. 1, 2, 4, 6,10,15,16,18.

Kerin e altri, *Marketing*, McGraw-Hill Capp. 1, 2, 3, 5, 9,14,15,16. (15th or 16th edition) versione in inglese

Economia aziendale

F. Favotto, S. Bozzolan e A. Parbonetti, *Economia Aziendale*, McGraw-Hill, Milano, 2016.

I capitoli: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10.

G. Johnson, R. Whittington, K. Scholes, D. Angwin, P. Regnér, P. Atrill, E. McLaney

Corso della prof. Federica Ricceri

Bachelor's Degree in Corporate Communication and Public Relations - IULM University

Pearson-Text-Builder

ISBN: 9788891910585

Economia politica

Mankiw, *L'essenziale di economia*, Zanichelli, Milano, 2021

Consiglio di Facoltà del 13/11/2023 rev. 11/3/2024

Mankiw, *Essentials of economics*, 2023 (10th edition)

Statistica

Sullivan III, Emma Zavarrone *Fondamenti di statistica*, Quinta edizione, Pearson, dal cap. 1 al 7

Michael Sullivan, *Fundamentals of Statistics*, Pearson, 2021 ch. 1-7

Inglese

Qualsiasi manuale di lingua inglese finalizzato a sviluppare competenze linguistiche almeno di livello B2.

Gli argomenti trattati nei capitoli citati possono essere studiati o ripassati anche in altri manuali simili delle stesse discipline.

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

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

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

12. Informativa sul trattamento dei dati personali

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

13. Contatti

Per le informazioni relative alle modalità di presentazione della domanda di ammissione e ai relativi aspetti amministrativi è possibile consultare la pagina internet: [Nuovi studenti](#) - Iscrizioni – Corsi di Laurea Magistrale, oppure rivolgersi alla Segreteria Studenti: email ammissioni.magistrali@iulm.it