



Roma
Diploma Master IED

Master

COMUNICAZIONE E MARKETING PER LA MODA

“LA MODA NON È QUALCOSA CHE ESISTE SOLO NEGLI ABITI. LA MODA È NEL CIELO, NELLA STRADA, LA MODA HA A CHE FARE CON LE IDEE, IL NOSTRO MODO DI VIVERE, CHE COSA STA ACCADENDO.”

COCO CHANEL



Titolo rilasciato	Diploma Master IED in Comunicazione e Marketing per la Moda
Coordinatore	Anna Neri
Partenza	Gennaio
Durata	11 mesi, part-time
Sede	Roma
Lingua di erogazione	Italiano

Partner

ALTAROMA





MASTER IN COMUNICAZIONE E MARKETING PER LA MODA

La moda oggi è come un fiume in piena: rompe argini, ne crea nuovi, nutre aree fertili lasciandone altre aride e scorre più veloce che mai. La nostra squadra, come un capovoglia appassionato e con tanta esperienza, guiderà i suoi allievi tra le rapide, insegnando loro a prevederne le evoluzioni, comprenderne la natura e affrontarle con consapevolezza e strumenti adeguati. Per questo, i professionisti scelti per le docenze hanno in comune una lunga esperienza lavorativa in ambito italiano e internazionale, passione per il proprio lavoro e desiderio di trasmetterla ad altri, ai futuri Manager o ai nuovi Designer.

Il Master in Comunicazione e Marketing per la Moda è progettato come un percorso formativo mirato alla cultura del "saper fare" vs il "far sapere". Particolare enfasi è riservata ai trend più attuali: dal digitale al fatto su misura, dal fast fashion alla sostenibilità, dal Made in Italy all'evoluzione dei grandi gruppi di moda internazionali. Il programma, completamente rinnovato, percorre l'evoluzione della moda nelle attività di marketing e comunicazione a livello globale.

L'impegno è garantire ai partecipanti un ingresso consapevole nel Settore Moda che, specialmente oggi, è alla ricerca di grande professionalità, modestia, spirito imprenditoriale, adattamento al cambiamento e attitudine al lavoro di squadra.

Anna Neri



OVERVIEW

Il Master IED è un'esperienza che permette di esplorare territori concettuali e progettuali, tesi alla definizione della propria identità professionale.

La moda italiana chiude il 2017 con un fatturato in crescita del 2,5% a 64,8 miliardi*, si registra inoltre la nascita di più di mille nuove realtà tra produzione e design del prodotto moda**. All'interno di questo mercato si muove un consumatore iper-informato e imprevedibile che dialoga direttamente con i brand, spostandosi con grande abilità tra canali d'acquisto diversificati, fisici e digitali. Le sue scelte sono influenzate soprattutto dall'eticità della produzione: l'83,5% degli acquirenti ritiene infatti importante che gli articoli selezionati rispondano anche alle personali convinzioni morali e sociali***. Le aziende di qualsiasi dimensione personalizzano i servizi e costruiscono delle esperienze multi-canale in cui relazionarsi con il consumatore rendendolo sempre più protagonista. La comunicazione e il marketing sono così tra i protagonisti di questa rivoluzione in uno scenario dinamico in costante evoluzione. Il Master accetta la sfida formando professionisti con una profonda conoscenza del Sistema in grado di affrontare i continui cambiamenti del mercato grazie agli strumenti della professione e ad un'alta versatilità creativa e organizzativa.

* dati Camera Nazionale della Moda Italiana, febbraio 2018.

** dati Camera di Commercio di Milano, Monza Brianza e Lodi su registro imprese al secondo trimestre 2017

*** dati indagine Censis, luglio 2017.

Il Master si rivolge a chi è in possesso di laurea, anche triennale, o titolo equiparato, nelle discipline umanistiche o sociali, economiche e scientifiche. Può accedere al Master anche chi ha maturato esperienze professionali equivalenti nell'area disciplinare del corso.

Per raccontarti meglio questo corso vogliamo portarti nel vivo delle attività svolte dagli studenti. Entra in classe e dai uno sguardo ai progetti realizzati da chi ti ha preceduto: ied.it/master-area-moda

DOPO IL MASTER

Lavorare con aziende e agenzie imparando a conoscerne le reali dinamiche, acquisire nuovi contatti ed entrare a far parte di un network rappresentano i principali obiettivi che raggiunge chi frequenta un Master IED.

Il percorso propone esperienze dall'alto valore qualitativo che permettono agli studenti di incontrare faccia a faccia i protagonisti del settore di studio, identificare particolari attitudini, consolidare competenze e acquisirne di nuove, verso la definizione, giorno dopo giorno, del proprio futuro.

Il Master forma professionisti che operano nel marketing e nella comunicazione della moda, con prospettive occupazionali sia all'interno di aziende che in agenzie di servizi, come pubblicità, eventi e pubbliche relazioni. Alcuni tra i docenti del Master offrono il loro punto di vista sulla professione:

Gloria Bondi

Head of Development and Fundraising - *Science Gallery Venice at Fondazione Università Ca' Foscari*

"Saper comunicare un brand, un prodotto o un progetto di Responsabilità Sociale d'impresa è alla base del nostro lavoro. Per questo credo sia importante, in classe, trasmettere il senso di un'esperienza fatta sul campo e dare a chi si sta formando gli strumenti giusti per affrontare le prime sfide professionali con competenza e rigore. Ma anche con l'amore per questo lavoro che cerco di trasmettere e che spero accompagni sempre i nostri studenti nel loro percorso."

Luisa Simonetto

Vice direttrice - *Amica, RCS Media Group*
"Perché parlare di storia della moda in un Master di Marketing e Comunicazione? Perché il passato è ricco di presente: artigianalità, sostenibilità, etica del lavoro, customer care. Valori oggi imprescindibili per le nuove figure professionali del sistema fashion."



Visita esterna all'Atelier Carmina Campus di Iaria Venturini Fendi, marchio di moda sostenibile che unisce i valori del lusso alla responsabilità sociale d'impresa. Foto di F. Ormando

Alessandra Sales

Founder, Co-Designer - *Anna e Alex*
"Il mondo della moda è in costante evoluzione e la cosa più importante per me è trasferire le competenze e far conoscere gli strumenti che aiutino a comprenderlo e ad affrontarlo. Gli studenti imparano a valorizzare il DNA dei brand sviluppandoli e reinventandoli in maniera innovativa, con uno sguardo attento alle tradizioni d'eccellenza che contraddistinguono il made in Italy."

Alcune aziende che hanno attivato stage nelle passate edizioni dei Master IED Roma:

APCO Worldwide, 1955 Italian Eyewear Factory, Accademia Filarmonica Romana, Altaroma, Angeletti Ruzza Design, Annamode Costumes, Archiplan Studio, Atelier Appennini, Aurelio Latella Advisory, BIC Lazio, Calvin Klein, Chanel, Cisalfa, P&Co England, Federculture, Fondazione Fitzcarraldo, Fondazione Mondo Digitale, MIA Home Design Gallery, Gambero Rosso, Gattinoni, Identity Communication, IKEA, Latte Creative, Miart, Nomas Foundation, Palazzo Strozzi, Pandora, Pavart Art Gallery, Rinascete, Riccardo Ruini Studio, Safilo, Teatro Comunale di Bologna, Teatro Olimpico, Teatro Parioli, The First Luxury Art Hotel, Todini Gioielli, Touring Club Italia, Triennale di Milano, Twinset Simona Barbieri, Vitamin Marketing, Vogue, Zenith - Publicis Groupe.

METODOLOGIA E STRUTTURA

Attraverso una didattica fortemente laboratoriale, il percorso formativo mira alla condivisione e alla costruzione di esperienze e progetti.

Grazie al coinvolgimento dinamico e pratico nel dietro le quinte di una nuova collezione, di una passerella, di un'immagine pubblicitaria, di un evento, di un editoriale o di un celebrity endorsement, i partecipanti analizzano le dinamiche del settore e approfondiscono i ruoli e le responsabilità di chi ne fa parte. Il Master permette di sviluppare una visione completa e una comprensione approfondita del Sistema Moda, partendo dai più noti brand internazionali fino a quelli emergenti, con focus sui temi: Made in Italy, su misura, sostenibilità, digitale.

Il Master è strutturato in trimestri. Nei primi due gli studenti acquisiscono le competenze pratico-teoriche necessarie negli ambiti del marketing e della comunicazione.

L'ultimo trimestre del percorso formativo è dedicato allo sviluppo del Progetto di Tesi che consiste nella realizzazione di un piano di marketing e comunicazione, sulla base di un brief fornito da diverse aziende.

Nelle precedenti edizioni del Master, gli studenti hanno sviluppato progetti per **Egon Von Fürstenberg, Fondazione Roberto Capucci, Gattinoni, Twin Set, Yamamay.**

Durante il Master sono previsti i contributi di rappresentanti di aziende nazionali e internazionali, dell'haute couture e del fast fashion, per fornire una lettura pratica dei processi di ideazione del prodotto, di realizzazione, distribuzione e comunicazione, con particolare enfasi sugli attuali strumenti di comunicazione digitale, oltre a quella tradizionale.

Sono previste inoltre visite aziendali per apprendere dal vivo le modalità operative dell'organizzazione interna, oltre che visite a musei della moda ed eventi del fashion business, come WHITE MILANO.

PROGRAMMA

Sistema moda

Una base teorica per avvicinare gli studenti al mondo della moda. Studio del settore, con un'analisi approfondita di carattere qualitativo e quantitativo. Dalla storia della moda e della fotografia di moda, all'analisi dell'attuale scenario, con un'attenzione particolare alle tendenze.

Branding

Dalla comprensione del termine branding e dei suoi corollari (brand identity, brand image, brand essence, brand personality e brand reputation), all'analisi delle strategie per costruirlo, mantenerlo e rinnovarlo attraverso gli strumenti di marketing e comunicazione. Studio e approfondimento, attraverso interventi esterni e case study, dei diversi scenari del settore moda. Dal fast fashion ai marchi di lusso, si analizzano le similitudini e le differenze nelle strategie di branding. Un approfondimento specifico è riservato a casi di successo e di mancate opportunità.

Logica e organizzazione d'impresa

Conoscenza e analisi della struttura organizzativa delle principali realtà del Sistema Moda: dalle aziende strutturate alle start-up, per comprendere la logica di un organigramma aziendale. Partendo da una panoramica generale sulle varie divisioni (es. Risorse Umane, Finance, Accounting, etc.) si pone l'accento sulle funzioni del marketing e della comunicazione

e sulla loro diretta correlazione. Si analizzano le diverse attività operative di ciascuna risorsa, entrando nel merito dei ruoli specifici e delle responsabilità: il "chi fa cosa".

Fashion marketing

Il modulo comprende una parte teorica dedicata alla comprensione del lessico e delle pratiche di marketing (analisi di mercato, segmentazione, swot analysis, marketing mix, etc.) e un'esperienza progettuale di sperimentazione.

Le tematiche trattate sono:

- il prodotto: dalla creatività alla definizione delle collezioni stagionali, ai processi produttivi, al packaging, al visual merchandising;
- il prezzo: strategie e metodologie per la definizione del pricing nazionale e internazionale;
- la distribuzione: retail (negozi monomarca, online), wholesale (multibrand) e franchising;
- il buying: logiche di vendita e di acquisto (fiere, showroom, sfilate, etc.);
- la promozione: la strategia e la realizzazione di un piano pubblicitario ben bilanciato tra media tradizionali e digital;
- il budget di comunicazione: pianificazione e monitoraggio delle spese suddivise in ATL - above the line - e BTL - below the line, come parte integrante del piano di marketing.



Fashion communication

Il dietro le quinte dell'Immagine di un brand: dalla campagna pubblicitaria alla sfilata, al catalogo, al comunicato stampa, all'evento. Dall'idea creativa ai componenti stilistici e tecnici per realizzarli. Strumenti di comunicazione finalizzati all'attuazione del piano di marketing e alla crescita della brand awareness.

Questo modulo ha un forte carattere esperienziale e prevede il coinvolgimento dei partecipanti in eventi, shooting e set redazionali.

Pubbliche relazioni

Definizione di un piano/calendario PR in linea con le strategie aziendali a breve, medio e lungo termine. Presentazione delle tecniche e best practice per lanciare nuove collezioni, rilanciare gli evergreen e promuovere la brand awareness. L'attività di ufficio stampa. L'organizzazione di sfilate, eventi corporate/istituzionali o locali (ideazione, progettazione, messa in scena). Content management: social media e web.

Scenario delle realtà professionali che operano nel mondo del digitale specializzate nel settore moda.

Progetto di tesi

Ogni gruppo simulerà la costituzione di un team di comunicazione e marketing, con l'attribuzione delle relative figure strategiche, per la realizzazione di un piano di comunicazione e marketing. Il brief sarà lanciato dalle aziende a metà del percorso Master e monitorato attraverso incontri periodici dal gruppo Docenti e dalle aziende committenti.

Case history e visite aziendali

Amica, Anna e Alex, Belotti Ottica Udito, Bulgari, Calica, Campari, Carmina Campus, Elle, Tiziano Guardini, Identity Communication, McArthur Glen Designer Outlets, Marcella Martinelli, Roberta Krasnig, Sartoria Giuliva, Sergio Rossi, Suite 19, Valentino, White Milano.

FACULTY

Il corpo docente è interamente costituito da professionisti capaci di portare in aula teoria e pratica, attraverso case history aziendali e project work che consentono ai partecipanti di confrontarsi concretamente con il mondo del lavoro.

COORDINATORE

Anna Neri

Fondatrice e CEO del marchio di gioielli Anna e Alex. Ha vissuto a Los Angeles e a Pittsburgh dove si è laureata in Business Administration e si è specializzata in Marketing Internazionale. International Marketing Manager per Bulgari fino al 2006, decide poi di proseguire il suo percorso come Designer indipendente. La sua passione per il bello, unita al suo background accademico e professionale ha contribuito all'evoluzione del marchio Anna e Alex a livello internazionale.

DOCENTI

Gloria Bondi

Head of Development and Fundraising -
*Science Gallery Venice di Fondazione Università
Ca' Foscari Venezia*

Ilaria D'Arco

Responsabile Retail Italia - *Bulgari*

Roberta Krasnig

Fotografa

Riccardo Mastronardi

CEO - *CADICA Group*

Simona Petrollini

Senior Art Director - *Studio Concept*

Emanuela Pignataro

Global Chief Marketing & Communication
Officer - *Gruppo Reda*

Maria Carolina Profilo

Responsabile Marketing e Sviluppo -
Fondazione MAXXI

Marina Rinaldi

Responsabile prêt-à-porter - *Valentino*

Alessandra Sales

Founder, CEO e Co-Designer - *Anna e Alex*

Luisa Simonetto

Vice Direttore - *Amica, RCS Media Group*

Violante Valdetaro

Responsabile Comunicazione, Heritage
e Special Event - *Valentino*

Andrea Zanardi

Co-Founder & Managing Partner -
Wannabe Agency

Gabriella Zefferino

Digital e Social Media Editor - *DSQUARED 2*

OSPITI

**Nelle passate edizioni gli studenti hanno
incontrato:**

Giulia Barela

Jewelry Designer e Founder - Giulia Barela

Carola Bruno

Designer - Alysi

Roberto Capucci

Stilista

Enzo Di Sarli

Founder - DMR Digital Media

Ilaria Venturini Fendi

CEO - Carmina Campus

Maila Ferlisi

Founder & Head Designer - Hibourama

Angelo Tropea e Azzurra Gentile

Chiara Ferragni Team

Tiziano Guardini

Fashion Designer

Flavia Liberatori

Stylist

Andreas Mercante - *Cofondatore di IDentity
Communication e di PreFace PR*

Riccardo Sciuotto

Amministratore Delegato - Sergio Rossi

Valerio Soldani

Trade Promotion Specialist - Italian Trade Agency

Pino Vastarella

Architetto e CEO - E'Style Roma



CAREER SERVICE

Il **Career Service IED** ha l'obiettivo di supportare gli studenti nei contatti con il mondo del lavoro attraverso relazioni costanti con aziende, agenzie e liberi professionisti e un'attività personalizzata di supporto e monitoraggio. Già durante il percorso di studi gli studenti sono affiancati per la preparazione dei propri CV e portfolio con **attività ad hoc**. Hanno la possibilità di incontrare società esterne e partecipare a colloqui di selezione per l'attivazione di stage, tirocini formativi o collaborazioni una volta terminato il percorso di studi.

Ogni anno IED organizza inoltre i **Career Days**: incontri mirati con aziende e agenzie finalizzati alla selezione e ricerca di profili da inserire nei propri team. In queste occasioni gli studenti presentano direttamente il loro lavoro, mettendo in luce motivazioni, creatività e aspirazioni.

PARTNER

3M, Accenture, Adidas, Alessi, Alfa Romeo, Amnesty International, Apple, Arnoldo Mondadori Editore, Aston Martin, Barilla, Benetton, BMW, Bottega Veneta, Bulgari, Calvin Klein, Canon, Campari, Cappellini, Coca Cola, Damiani, De Agostini, Diesel, Dior, Dolce&Gabbana, Ducati, EDI Effetti Digitali Italiani, Edizioni Condé Nast, Emergency, Emilio Pucci, Endemol Shine Italy, Ermenegildo Zegna, Fendi, Ferrari, Ferrero, FIAT Chrysler Automobiles, Flos, Fontana Arte, Ford, Fox Italia, Freeda, Gianni Versace, Giorgio Armani, Herno, Hewlett Packard, Honda, IBM, Illy, Ikea, Inditex Group, Jaguar, Jil Sander, JINGLE BELL Voice & Music, JWT, Lamborghini, Lancia, Lavazza, Lego, Leo Burnett, Louis Vuitton, Luxottica, Marni, Maserati, Martini, Max Mara, Mediaset, Microsoft, Milestone, Missoni, Moschino, Movimenti Production, MTV, Nestlé, Nike, Nintendo, Nivea, Piaggio, Pirelli, Pixar, Polaroid, Pomellato, Prada, Proxima Milano, Puma, RCS, RAI, Redbull, Renault, Roberto Cavalli, Salvatore Ferragamo, Sergio Rossi, SKY, Sony, Swarovski, Swatch, Tbwa, Tod's, Toyota, Universal Studios, Valentino, Volkswagen, We Are Social, WWF Italia, Yoox.

UN NETWORK INTERNAZIONALE

IED si propone come realtà di formazione radicata sul territorio e come network internazionale con sedi in Italia, in Spagna e in Brasile e con rapporti di collaborazione in tutti i continenti.

Sono **170 le partnership accademiche** distribuite in Europa, Asia, Stati Uniti e Canada, Australia, Nuova Zelanda e America Latina. Molte di queste garantiscono agli studenti dei corsi Triennali la possibilità di partecipare all'**Exchange Study Program** e all'**Erasmus+** e di frequentare un semestre all'estero.

IED è **membro dei network accademici e culturali** più strategici all'interno del panorama mondiale: CUMULUS - International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media; ELIA - The European League of Institutes of the Arts; WDO - World Design Organization; ENCATC - European Network on Cultural Management and Policy.

Coltiva inoltre **rapporti di collaborazione e confronto** con importanti Associazioni di riferimento: ADI - Associazione per il Disegno Industriale, NAFSA - Association of International Educators, EAIE - European Association for International Education.

La dimensione e la vocazione internazionale sono confermate anche dalla presenza di **studenti provenienti da oltre 100 paesi del mondo**. IED è un ambiente di studio ricco di scambi e confronti continui tra culture diverse e contribuisce alla formazione di una nuova generazione di professionisti contemporanei e preparati rispetto al mercato.

ALUMNI

Oltre 120.000 ex studenti. Una **comunità mondiale, multiculturale e interdisciplinare**: un luogo di scambio, di comunicazione e di servizi personalizzati, un incubatore di opportunità, di relazioni e di visibilità. Chi ha passato anche una piccola parte della sua vita nelle nostre aule, tramite la piattaforma dedicata, ha la possibilità di entrare in contatto con altri alumni dell'Istituto, provenienti da contesti internazionali, di informarsi sul network IED, di ricevere inviti a eventi, iniziative e seminari esclusivi per la community, e di tenersi informato sulla selezione di offerte di lavoro dedicate.

I MASTER

I Master, fortemente radicati nei principi che muovono il design italiano quali spirito di curiosità, intraprendenza e crescita, garantiscono una combinazione di competenze, tecnica e creatività per dare risposte sempre più efficaci a chi vuole eccellere negli ambiti della creatività e del management. Progettati in collaborazione con le aziende, i Master preparano ad affrontare il mercato del lavoro e permettono di costruire la propria identità professionale.

DESIGN

MILANO	ROMA	TORINO
Design - Innovation Strategy and Product Inglese // Full-time	Interior Design Inglese // Full-time	Exhibit Design Italiano // Part-time
		Transportation Design Inglese // Full-time

COMUNICAZIONE

MILANO	ROMA	TORINO	FIRENZE / BARCELLONA
Creative Direction Italiano // Full-time	Digital Communication Strategy Italiano // Part-time	Event Management Italiano // Full-time	Brand Management and Communication Italiano // Full-time
		Brand Management Italiano // Part-time	Marketing e Comunicazione Italiano // Part-time
			Brand Design and Management - Food, Wine and Tourism Inglese // Full-time

ARTI VISIVE

MILANO	FIRENZE	ROMA
Animation Design Italiano // Full-time	Visual Arts for the Digital Age Italiano // Full-time	Graphic Design - Focus on New Media Inglese // Full-time
	Graphic Design Italiano // Part-time	Digital Art Direction Italiano // Part-time

MODA

MILANO	ROMA	FIRENZE	COMO <small>* Master erogato da Accademia di Belle Arti Aldo Galli.</small>
Fashion Communication and Styling Inglese // Full-time	Fashion Design Inglese // Full-time	Comunicazione e Marketing per la Moda Italiano // Part-time	Jewelry Design Inglese // Full-time
	Fashion Marketing Inglese // Full-time		Fashion Business Inglese // Full-time
			Textiles* Inglese // Full-time

ARTE

FIRENZE	FIRENZE / ROMA
Curatorial Practice Inglese // Full-time	Museum Experience Design Italiano // Full-time
	Arts Management Inglese // Full-time

INFORMAZIONI PRATICHE



**Comunicazione
e Marketing per la Moda**

LINK UTILI

ied.it/iscriviti-al-master
ied.it/master-tariffari
ied.it/borse-e-agevolazioni
ied.it/servizi
ied.it/alumni

DIPLOMA

La frequenza è obbligatoria. Il Diploma Master viene rilasciato agli studenti che hanno frequentato con profitto la totalità delle attività formative in misura non inferiore all'80% discutendo il Progetto di Tesi di fronte alla Commissione di Valutazione. Il voto conclusivo è espresso in centodecimi.

REQUISITI DI AMMISSIONE

Possono inviare la domanda di ammissione tutti coloro che siano in possesso di un Diploma Accademico di Primo Livello, di un Diploma di Laurea o di altro titolo equivalente (diplomati di scuole private a livello universitario) o che abbiano maturato esperienze professionali equivalenti nell'area disciplinare del corso. Possono partecipare anche i laureandi purché conseguano il titolo entro la data di discussione del Progetto di Tesi.

REQUISITI LINGUISTICI

Il Master è erogato in lingua italiana. Per comprendere pienamente i contenuti del Master è richiesta, agli studenti non madrelingua, una conoscenza pari al Livello B2 - Vantage or upper intermediate - Common European Framework of Reference for Languages. Per attestare le conoscenze linguistiche, i candidati che non sono madrelingua dovranno presentare certificato linguistico o richiedere in IED un colloquio di valutazione linguistica. Costituisce titolo preferenziale la conoscenza della lingua inglese.

SELEZIONE E AMMISSIONE

Per iniziare il processo di ammissione al Master è necessario effettuare l'accesso all'area riservata con le proprie credenziali, caricare i documenti richiesti per l'ammissione al corso e completare le informazioni personali. Il tuo Admission Advisor ti supporterà in tutto il processo di selezione, ammissione e iscrizione al corso. Puoi ottenere le credenziali di accesso inviandogli una mail di richiesta. Se non sei ancora in contatto con un Admission Advisor, compila il form "iscriviti online" e riceverai una mail con i riferimenti utili e le informazioni relative al corso selezionato. Rispondendo direttamente al messaggio, porterai avanti il processo e riceverai le credenziali.

I documenti necessari per accedere alla fase di selezione sono:

- domanda di ammissione al corso, disponibile on line nell'area personale;
- lettera motivazionale nella lingua di erogazione del corso;
- Curriculum Vitae aggiornato;
- copia del Diploma di Laurea se già in possesso;
- transcript degli esami universitari;
- documento d'identità;
- autocertificazione di residenza;
- codice fiscale

I Master sono a numero chiuso.

Una volta completato il caricamento di tutti i documenti e verificata l'idoneità al percorso scelto sarai invitato a un colloquio motivazionale finalizzato ad approfondire e valutare le competenze acquisite durante gli studi, il titolo e la votazione conseguiti, le eventuali esperienze professionali effettuate, le attitudini individuali, la motivazione alla partecipazione al Master e a verificare ulteriormente la conoscenza adeguata della lingua di erogazione del corso.

ISCRIZIONE

Una volta superata la fase di selezione, riceverai il certificato di ammissione e i regolamenti da firmare e caricare nell'area personale. Contestualmente potrai procedere al saldo della tassa di iscrizione, riservandoti così un posto in aula.

BORSE DI STUDIO E AGEVOLAZIONI

IED sostiene i giovani creativi attuando una politica di agevolazione economica e tramite l'attivazione o erogazione di borse di studio. Sono previste, inoltre, per gli studenti italiani, possibilità di finanziamento a tasso agevolato.

ADMISSION OFFICE

In ogni sede IED, il team degli Advisor dell'Admission Office offre costante assistenza e supporto agli studenti e a coloro che richiedono informazioni sui corsi e sulle attività dell'Istituto. Contattando l'Admission Office, chiunque fosse interessato ad approfondire l'offerta formativa potrà essere guidato al meglio nella scelta e avere indicazioni dettagliate su organizzazione dei percorsi di studio, contenuti, obiettivi e scenari professionali.

GIORNATE DI PRESENTAZIONE DEL MASTER

Gli Open Day di marzo, luglio e settembre rappresentano le occasioni più importanti dell'anno per conoscere nel dettaglio l'offerta formativa IED. Sono previsti, inoltre, momenti di incontro, in sede oppure online, con i coordinatori, le aziende partner e lo staff della Scuola, durante i quali verranno presentate la struttura, i contenuti e le opportunità professionali del Master e sarà possibile richiedere chiarimenti sul percorso di studi.

PER INFORMAZIONI

IED Roma
Admission Office
via Branca, 122 - 00153 Roma
t. +39 06 5717651

50 ANNI DI ESPERIENZA
11 SEDI NEL MONDO
10.000 STUDENTI
ALL'ANNO
+100 NAZIONALITÀ
DI PROVENIENZA
+60 CORSI
POST-DIPLOMA
+150 TITOLI MASTER
E DI FORMAZIONE
CONTINUA
1900 DOCENTI