

master formula professional
design
fashion design
communication&marketing

svolgimento
2017/2018

Sommario

Introduzione	pag. 03
Curricula proposti	pag. 04
Organizzazione e Gestione	pag. 05
MATERIE MASTER COMMUNICATION&MARKETING	pag. 06
MATERIE MASTER DESIGN	pag. 08
MATERIE MASTER FASHION DESIGN	pag. 11
Modalità di svolgimento	pag. 13
Calendario	
Costi	pag. 14
Iscrizione	
Ammissibilità	
Sede dei corsi	pag. 15
Stage e Lavoro	

INTRODUZIONE

La soluzione articolata ed efficace per accrescere le proprie competenze e accedere a ruoli professionali coerenti con le proprie aspirazioni nei settori dedicati alla comunicazione, al marketing alla moda e al disegno industriale con istruzioni e culture specifiche coerenti con quanto richiesto nell'ambito delle produzioni Made in Italy.

Tutto questo è ora possibile anche se non si ha il tempo di frequentare corsi in presenza infrasettimanali per ragioni lavorative o altro.

Capita spesso di **avere la volontà di approfondire la propria formazione, ma di non poter rinunciare ai propri impegni lavorativi e professionali** oppure di uscire da corsi universitari e **non sapere poi cosa fare del proprio futuro**, vista la situazione del mercato, ma anche a causa di una **preparazione troppo teorica e molto meno improntata alle reali esigenze del mondo del lavoro.**

L.UN.A. dopo un sondaggio specifico e opportune verifiche di fattibilità ha deciso di **offrire a persone come Lei l'opportunità di conseguire una formazione di alto profilo nel settore della moda, del design e della comunicazione & marketing, senza dover rinunciare ad altre attività durante la settimana.**

I Master Formula Professional si svolgono infatti **durante i fine settimana (due al mese) a volte il sabato e a volte sia sabato che domenica.** Il resto del tempo, quando lo vorrete, sarete in contatto con i docenti di L.UN.A. grazie ad un apposito network (Lunanet) che vi permetterà di **scaricare e condividere contenuti, comunicare in diretta con i vari docenti, gestire il vostro percorso formativo** e partecipare al management dei workshop che L.UN.A. organizzerà in collaborazione con **professionisti e Aziende nei quali sarete coinvolti in reali progetti.**

Sono previsti **30 fine settimana durante un anno di frequenza** più una serie di appuntamenti infrasettimanali opzionali per chi può liberarsi dagli impegni. Queste attività infrasettimanali non sono obbligatorie e dipendono dalla offerta formativa che L.UN.A. riserva agli altri corsi master e che comunque vengono messi a disposizione dei frequentanti i Master Formula Professional.

Tutti i contenuti necessari agli approfondimenti nelle singole materie **sono disponibili con password riservata ai corsisti sul sistema Lunanet.**

Durante la settimana verrà definito un calendario e un orario di disponibilità dei docenti per un dialogo personalizzato con ogni studente al fine di seguire la produzione di elaborati o approfondire i temi trattati nelle lezioni del fine settimana. Questi incontri potranno avvenire sia di persona che in chat on line a seconda delle possibilità dei singoli docenti e dei frequentanti.

I test finali si svolgono nei mesi di giugno, luglio e ottobre, in presenza, sempre durante un fine settimana.

Superati i test finali si accede alla sessione per il conseguimento del diploma di Master equiparato ai normali diplomi Master L.UN.A.. Un docente seguirà come relatore l'elaborazione del progetto finale e verrà decisa conseguentemente la presentazione della tesi in una delle sessioni successive.

Se il tempo necessario alla elaborazione della tesi richiede più di un anno accademico dalla iscrizione al Master, L.UN.A. richiede all'inizio dell'AA successivo il versamento della sola tassa di iscrizione e non l'importo relativo alle rette.

Curricula proposti

*Ogni curriculum corrisponde ad uno specifico Diploma di Master**

Communication&Marketing

Graphic Design

Web design & marketing

Art consultant

Product manager

Fashion Design

Fashion stylist

Industrial Design

Arredamento di Interni/ Architettura di interni home e contract

Artisan Design

Light Design

**Compatibilmente a sovrapposizioni di orario è possibile frequentare lezioni dedicate a più curricula e ottenere una titolazione multipla sul diploma sia se si frequentano i corsi per una annualità sia se si frequentano la versione di due annualità.*

Nel modulo di iscrizione (disponibile sul sito www.uniluna.com) i curricula sono raggruppati in **tre categorie generali**, ma i **piani di studio sono poi gestiti in modalità personalizzata al fine di garantire un percorso adatto alle personali aspirazioni professionali**. Le tre categorie generali sono:

DESIGN
FASHION DESIGN
COMMUNICATION&MARKETING

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE

DIREZIONE DIDATTICA

Dario Apollonio

SEGRETERIA DIDATTICA

Diana Ciuvaga

SEGRETERIA AMMINISTRATIVA

Orietta Riavez

REFERENTE PER IL PLACEMENT

Davide Dallomo - LAGENTE srl - Milano e Parigi

(in collaborazione con la Direzione Didattica si svolgeranno attività post diploma per la individuazione delle esperienze di stage e di consulenza e lavoro conseguenti alla acquisizione del master per ogni singolo candidato).

Materie

(il piano di studi e l'attribuzione delle diverse cattedre potrà variare in base alla verifica degli effettivi interessi degli aspiranti partecipanti).

Le materie sono diversificate per tipologia: DOC (materie ex cathedra), TEC (istruzioni tecniche), LAB (laboratori progettuali). Una ulteriore tipologia di attività è rappresentata dai WORKSHOP che sono laboratori al vero per la realizzazione di progetti e prodotti in collaborazione con professionisti esterni e aziende.

MATERIE PER LA CATEGORIA MASTER COMMUNICATION&MARKETING

METODOLOGIA PROGETTUALE DOC

Metodi e processi nella progettazione e nella comunicazione e condivisione dei progetti: briefng, ricerca storica, mindstyle e futuretrend, il metodo della qualità totale e l'ottimizzazione dei fenomeni creativi e produttivi.

IDENTITY COMMUNICATION LAB

La comunicazione di sé: parole chiave, concept e la ricerca attraverso la metafora del proprio identity; percorsi sensoriali e logici; il progetto: allestimento di un identity box, di una micro narrazione, elaborazione di un concept ed elaborazione di un nuovo mind style.

COMUNICAZIONE DEL PRODOTTO DOC

Pianificare la comunicazione e il marketing per il buon esito del prodotto.

PSICOLOGIA DELLA PUBBLICITA' E MARKETING DOC

Analisi della pubblicità, modalità di comunicazione pubblicitaria, ricerche psicologiche e approfondimenti sull'argomento.

DIRITTO COMMERCIALE DOC

Impresa e imprenditore, diritti di proprietà, diritti d'autore e brevetti, il budget.

NEW TECHNOLOGY 1 DOC-TEC

Qui si tratta del processo operativo per l'archiviazione delle informazioni, la gestione dei materiali, i data base con interfaccia funzionale alla comunicazione. Rapporto tra informazione, comunicazione e tecnologia quindi: tecnologie hardware, software e sistemi operativi; scelta delle tecnologie adeguate per specifiche applicazioni; elaborazione di testi, immagini, realizzazione di multimedia interattivi; rapporto fra software gestionali, multimedia e web. Viene realizzato un archivio interattivo di gestione dei materiali di progettazione e connessione operativa con gli altri attori del processo. Il risultato permetterà agli studenti di avere il data base dei loro elaborati quale archivio interattivo per le loro attività professionali e del proprio sito web.

NEW TECHNOLOGY 2 DOC-TEC

Web design ovvero la progettazione del sito, finalizzato alla presentazione dei propri progetti. Software: Dreamweaver.

COMPUTER GRAPHIC TEC

Adobe Creative Suite, in un approccio trasversale e complementare fra le varie applicazioni.

LABORATORIO ADVERTISING LAB

Ricerca sulle aziende del territorio, individuazione di un caso specifico, analisi delle qualità e dei limiti nelle caratteristiche della sua comunicazione e proposta progettuale.

WEB WRITER LAB

La scrittura creativa dedicata ai settori moda e design nell'ambito del web.

SCRITTURA CREATIVA LAB

L'arte della lettura e della scrittura esercitata attraverso il filtro di grandi autori.

PROJECT MANAGEMENT DOC-LAB

Una panoramica esperta sui ruoli professionali interni e di conoscenza con testimonianze dirette dei più noti manager.

FOTOGRAFIA PER LA MODA E IL DESIGN DOC-LAB

Uno sguardo puntuale e creativo per cogliere la cifra stilistica delle due discipline e realizzazione di un servizio fotografico dedicato.

MARKETING /SOCIETING LAB

Progettazione e realizzazione di contenuti per i new media.

LABORATORI PROGETTUALI

Durante il Master in C&M saranno proposti agli studenti briefing su reali progetti da svolgere per conto di Aziende e Brand italiani o clienti reali e agenzie, da un minimo di tre ad un massimo di 6 progetti. Questi laboratori organizzati in forma di workshop, sono assistiti da docenti, consulenti specifici e da personale delle aziende coinvolte. I Progetti di marketing e comunicazione saranno trasversali e complementari ai progetti di design e fashion design svolti dagli altri master L.UN.A..

VISITING

Durante le sessioni in presenza si svolgeranno visiting di designer, imprenditori e figure professionali di chiara fama del settore che racconteranno la loro esperienza ed incontreranno gli studenti per confrontarsi sulle opportunità professionali future.

MATERIE COMPLEMENTARI

I corsisti hanno libero accesso a tutti gli altri corsi attivati durante l'anno accademico, negli altri Master e nei corsi triennali. Qualora lo studente ritenesse di dover migliorare la propria preparazione in materie non comprese nel piano di studi potrà richiedere di frequentare corsi complementari a scelta. Queste scelte non comportano alcun costo aggiuntivo.

MATERIE PER LA CATEGORIA MASTER DESIGN

METODOLOGIA PROGETTUALE

Metodi e processi nella progettazione e nella comunicazione e condivisione dei progetti: briefing, ricerca storica, mindstyle e futuretrend, il metodo della qualità totale e l'ottimizzazione dei fenomeni creativi e produttivi.

ANTROPOLOGIA DEL PROGETTO

Un approccio antropologico al pensiero progettuale.

ESTETICA APPLICATA DOC

L'interpretazione dei fenomeni artistici e teorici che caratterizzano il passaggio d'epoca che stiamo vivendo, discute valori, concetti, trend, trasformazioni che coinvolgono l'azione artistica e culturale contemporanea.

CREATIVE COMMUNICATION DOC-LAB

Il corso parte da un'indagine delle tecniche per la comunicazione di un comportamento per passare all'istruzione del progetto che deve comunicare il valore d'uso, il gesto, la fattibilità, la sostenibilità di un progetto attraverso la conoscenza degli strumenti necessari ai nuovi designers intesi oggi come "antropologi del presente". La finalità del corso è quella di istruire alla previsione dei mindstyle contemporanei quindi, i nuovi comportamenti, per essere con i propri progetti sempre "nel cuore del proprio tempo", arrivare alla conoscenza degli strumenti critici dell'interpretazione del concept delle aziende più note e del proprio stile personale. Utilizzo del linguaggio della comunicazione quindi: elaborazione delle vision evocative, delle parole chiave del progetto, dei megatrend internazionali e analisi dei sistemi simbolici per progettare Design.

RAPPRESENTAZIONE 3D 1 TEC

CAD 2D e 3D. Software fornito: Archicad.

MODELLAZIONE/RHINO TEC

Istruzioni all'utilizzo del software Rhinoceros e progettazione di un modello tridimensionale.

CINEMA 4D TEC *(svolto solo se il ritmo di apprendimento e le esigenze del gruppo di studio lo consentono/richiedono)*

Corso introduttivo su Cinema 4D.

NEW TECHNOLOGY DOC-TEC

Qui si tratta del processo operativo per l'archiviazione delle informazioni, la gestione dei materiali, i data base con interfaccia funzionale sino alla comunicazione articolata via Internet. Rapporto tra informazione, comunicazione e tecnologia quindi: tecnologie dell'informazione, hardware, software e sistemi operativi; scelta delle tecnologie adeguate per specifiche applicazioni; elaborazione di un testo, un'immagine, realizzazione di multimedia interattivi; rapporto fra software gestionali, multimedia e web. Viene realizzato un archivio interattivo di gestione dei materiali di progettazione e connessione operativa

con gli altri attori del processo. Il risultato finale permetterà agli studenti di avere il data base dei loro elaborati quale istruzione all'archivio interattivo per le loro attività professionali e del proprio sito web sino alla presentazione su supporto informatico di una reale commessa di progetto e del proprio show-reel.

GRAPHIC COMPUTER TEC

Qui viene istruito l'utilizzo di Adobe Photoshop, ed Illustrator coordinati con i software 3D e di rendering come 4D Cinema e altri programmi grafici finalizzati alla rappresentazione degli elaborati di Design, considerando le elaborazioni di tutte le componenti del progetto: dai primi schizzi ai disegni definitivi ovvero dal concept al detailed. Inoltre l'esperienza dell'impaginazione attraverso la computer grafica è strumento per la realizzazione dell'identity book, finalizzato alla documentazione dei progetti elaborati: design dell'interfaccia del data base e dell'archivio attivo di tutte le ricerche effettuate che documentano anche gli elementi evocativi dei concept, fino al progetto della home page del sito web di ogni studente per la sua comunicazione in rete in connessione con New Technology.

DESIGN LAB

Diverse le esperienze progettuali che competono l'industrial design che vengono sintetizzate in cinque temi di laboratorio.

1. Joining design: la metodologia didattica sottende un atteggiamento progettuale che istruisce sulla maestria di assemblaggio di parti estratte da un oggetto già in produzione a cui dare, attraverso una nuova combinazione, un diverso e impreveduto destino. In questo laboratorio è possibile la rigenerazione di oggetti d'uso e materiali per altre funzioni in una logica di economia e progettazione "circolare".

2. invenzione e brevetto: l'invenzione indica un atteggiamento progettuale che ricerca un'esigenza espressa dal mercato e si cimenta con un progetto di un prodotto in qualità di risposta, o istruisce all'applicazione di tecnologie esistenti finalizzate ad un prodotto innovativo, o ancora, alla formulazione di inedite pubblicazioni nell'ambito dell'editoria elettronica o nel design di interfaccia.

3. Design di un prodotto quale progetto su commessa industriale: la metodologia progettuale appare usuale, ma ancor oggi chiede chiarimenti di competenze. Per questo ruolo consulenziale è necessario percorrere tutte le tappe obbligate per comprendere la progettazione come servizio reale all'industria e le risposte progettuali alle tappe di ogni specifico itinerario produttivo fatto di limitazioni e risorse.

4. Design quale complemento all'architettura o elemento generatore di un'architettura: la metodologia d'approccio è indicativa di una progettazione ampia da cui viene estratto un dettaglio riproducibile industrialmente o al contrario dove il particolare ingegnerizzato e moltiplicato diventa l'elemento che risolve e genera architettura.

5. progetto e auto produzione: il designer/artigiano.

Accompagna i laboratori la conoscenza approfondita delle caratteristiche strutturali e prestazionali dei materiali e l'esecuzione delle maquette dei progetti.

il metodo va a indicare una produzione artigianale d'autore in connessione diretta con la distribuzione ma anche un servizio alle aziende attraverso la proposta di un prototipo finito o capo d'opera già testato e quindi sostitutivo dei costosi elaborati progettuali prodotti dai centri ricerche e sviluppo interni alle aziende.

LABORATORI PROGETTUALI

Durante il Master in Industrial Design saranno proposti agli studenti briefing su reali progetti da svolgere per conto di Aziende e Brand italiani o clienti finali e studi professionali. Da un minimo di tre ad un massimo di 6 progetti. I progetti potranno riguardare anche temi di architettura di interni. Questi laboratori organizzati in forma di workshop, sono assistiti da docenti, consulenti specifici e da personale delle aziende coinvolte.

VISITING

Durante le sessioni in presenza si svolgeranno visiting di designer, imprenditori e figure professionali di chiara fama del settore che racconteranno la loro esperienza ed incontreranno gli studenti per confrontarsi sulle opportunità professionali future.

MATERIE COMPLEMENTARI

I corsisti hanno libero accesso a tutti gli altri corsi attivati durante l'anno accademico, negli altri Master e nei corsi triennali. Qualora lo studente ritenesse di dover migliorare la propria preparazione in materie non comprese nel piano di studi potrà richiedere di frequentare corsi complementari a scelta. Nel master in Industrial Design per esempio non è compreso il corso di storia del design o tessile design che si svolgono nel triennio, ma se ritenuto opportuno sono frequentabili. Altri esempi possono essere i corsi di "rappresentazione design" o quello di "maquette". Vista l'intensità del programma per i corsi complementari non è garantita l'assenza di eventuali sovrapposizioni di orario. Queste scelte non comportano alcun costo aggiuntivo.

MATERIE PER LA CATEGORIA MASTER FASHION DESIGN

FASHION DESIGN DOC-LAB

Si tratta del programma di attività formative per una reale professionalità attraverso l'ottimizzazione di tutte le componenti del processo creativo di un prodotto moda; itinerari progettuali nella cultura materiale e nella cultura dell'immateriale con obiettivo finale la progettazione di collezioni moda di ogni studente/autore che rispondano ai megatrend internazionali e che contengano reali innovazioni per il settore. Gli elaborati svolti nel laboratorio dovranno rispondere a declinazioni tipologiche moda quali couture, designer, diffusion, bridge connesse alle differenze dei comportamenti quali working wear, moving wear, celebration wear, seducing wear, home wear, leisure wear, sport wear, ed esemplificare le relative tappe di progettazione: dal disegno al modello, dai colori ai tessuti, dalla valutazione dei costi alla scelta delle finiture.

*Materie comprese: **Storia e cronaca della moda, Metodologia progettuale, Workshop fashion design.***

ESTETICA APPLICATA DOC

L'interpretazione dei fenomeni artistici e teorici che caratterizzano il passaggio d'epoca che stiamo vivendo discute valori, concetti, trend, trasformazioni. Lo scopo dell'insegnamento è quello di orientare nell'universo delle innumerevoli parole che costituiscono l'anima della moda, approfondendo i significati dei suoi termini principali.

*Materie: **Estetica applicata, cronaca dell'arte** (opzionale).*

NEW TECHNOLOGY DOC-TEC

Istruzione al processo operativo per l'archiviazione delle informazioni, la gestione dei materiali, i data base con interfaccia funzionale sino alla comunicazione articolata via Internet. Rapporto tra informazione, comunicazione e tecnologia quindi: tecnologie dell'informazione, hardware, software e sistemi operativi; scelta delle tecnologie adeguate per specifiche applicazioni; elaborazione di un testo, un'immagine, realizzazione di multimedia interattivi; rapporto fra software gestionali, multimedia e web. Viene realizzato un archivio interattivo di gestione dei materiali di progettazione e connessione operativa con gli altri attori del processo. Il risultato finale permetterà agli studenti di avere il data base dei loro elaborati quale istruzione all'archivio interattivo per le loro attività professionali e del proprio sito web sino alla presentazione su supporto informatico di una reale commessa di progetto e del proprio show-reel.

*Materie: **Graphic computer, Data base, Virtual prototyping, cad per la moda - Lectra.***
(I corsi Lectra saranno tenuti in uno specifico laboratorio L.UN.A. in una sede di Bologna)

MARKETING / SOCIETING DOC

Il corso parte dall'analisi della rilevazione delle differenze tra il marketing tradizionale dei prodotti "consumer" e quello dei prodotti/servizio ad alta componente di know how. Principi generali del marketing sezionano i prodotti in convenience good, shopping good, specialty good, la componente di marchio, la rete dei contatti, come catturare le idee per nuovi business; inoltre gli strumenti del comunicare per acquisire nuovi clienti e del comunicare per vendere. Qui si tratta del nuovo ruolo professionale quale il marketing strategico e creativo dedicato al sistema moda e al progetto per la creazione di nuovi

brand attraverso il processo integrato applicato alle sue componenti nella ricerca delle tre identità: marchio, prodotto, distribuzione. Questo per lo sviluppo delle nuove competenze che “vestono” i prodotti anche di quelle qualità immateriali necessarie al fenomeno moda.

Materie: *Psicologia della moda, Marketing 1.*

CREATIVE COMMUNICATION DOC-LAB

Il corso parte da un’indagine delle tecniche per la comunicazione di sé per passare all’istruzione della comunicazione dell’”altro” attraverso la conoscenza degli strumenti necessari ai nuovi fashion designer intesi oggi come “antropologi del presente”. La finalità del corso è istruire alla previsione dei mindstyle contemporanei quindi, i nuovi comportamenti per essere con i propri progetti sempre “nel cuore del proprio tempo”, arrivare alla conoscenza degli strumenti critici dell’interpretazione del concept delle griffe affermate e delle brand più note e di quelle del proprio stile personale. Utilizzo del linguaggio della comunicazione quindi: elaborazione delle vision evocative, delle parole chiave del progetto, dei megatrend internazionali e analisi dei sistemi simbolici e dei segni artificiali del corpo per progettare moda in quanto artefatto riconosciuto come uno dei più forti strumenti di comunicazione.

Materie: *mega trend & mind style, identity communication.*

GRAPHIC COMPUTER LAB

Qui viene istruito l’utilizzo di Adobe Photoshop, Indesign, Illustrator, dreamweaver e altri programmi grafici finalizzati alla rappresentazione degli elaborati di Fashion design, considerando le elaborazioni di tutte le componenti del progetto: dai primi schizzi ai disegni definitivi ovvero dal concept al detailed. Inoltre l’esperienza dell’impaginazione attraverso la computer grafica.

La realizzazione dell’identity book, finalizzato alla documentazione dei progetti elaborati: design dell’interfaccia del data base e dell’archivio interattivo di tutte le ricerche effettuate che documentano anche gli elementi evocativi dei concept, sino al progetto della home page del sito web di ogni studente per la sua comunicazione in rete in connessione con New technology.

Materie: *graphic computer 1 e 2 e web design.*

LABORATORI PROGETTUALI

Durante il Master in Fashion Design saranno proposti agli studenti briefing su reali progetti da svolgere per conto di Aziende e Brand italiani, da un minimo di due ad un massimo di 4 progetti. I progetti potranno riguardare anche la realizzazione di accessori moda. Questi laboratori organizzati in forma di workshop, sono assistiti da docenti, consulenti specifici e da personale delle aziende coinvolte.

VISITING

Durante le sessioni in presenza si svolgeranno visiting di designer, imprenditori e figure professionali di chiara fama del settore che racconteranno la loro esperienza ed incontreranno gli studenti per confrontarsi sulle opportunità professionali future.

MATERIE COMPLEMENTARI

I corsisti hanno libero accesso a tutti gli altri corsi attivati durante l'anno accademico, negli altri Master e nei corsi triennali. Qualora lo studente ritenesse di dover migliorare la propria preparazione in materie non comprese nel piano di studi potrà richiedere di frequentare corsi complementari a scelta. Nel master in Fashion design per esempio non è compreso il corso di storia del costume e della moda e cronaca della moda che si svolgono nel triennio, ma se ritenuto opportuno sono frequentabili. Altri esempi possono essere i corsi di "rappresentazione fashion" o quello di "modellieria". Vista l'intensità del programma per i corsi complementari non è garantita l'assenza di eventuali sovrapposizioni di orario. **Queste integrazioni possibili non comportano alcun costo aggiuntivo.**

Modalità di svolgimento

Uno o due WE al mese, a volte solo il sabato dalle ore 10:00 alle ore 17:00, a volte anche la domenica dalle 10:00 alle 17:00. Saranno resi disponibili materiali on line e sarà possibile mantenere un contatto via chat con i professori attraverso il sistema LUNANET, accessibile con user name e password fornite a ogni corsista. Con il medesimo sistema sarà possibile inviare anche da casa elaborati o richieste specifiche inoltrate direttamente ai singoli docenti.

I partecipanti al corso potranno seguire ogni altra attività didattica, di ricerca o di workshop proposte in altri programmi L.UN.A. senza alcun costo aggiuntivo.

CALENDARIO

Il calendario dei week end, gli orari per ogni materia e le aule di svolgimento saranno disponibili a partire da una settimana prima dell'inizio del corso (previsto per sabato 21 gennaio 2017).

Presentazione corsi	21 gennaio 2017
Svolgimento prima fase didattica e di workshop	21 gennaio 2017 - 25 giugno 2017
Test e verifica elaborati	8 luglio 2017
Svolgimento seconda fase didattica e di workshop	7 ottobre 2017 - 10 febbraio 2018
Presentazione tesi finale di Master	data da stabilire entro luglio 2018

IL CALENDARIO DEFINITIVO E DETTAGLIATO SARA' PUBBLICATO ON LINE E DISPONIBILE NEL SISTEMA LUNANET raggiungibile dal sito WWW.UNILUNA.COM

Una volta reso disponibile il calendario sarà possibile consultare anche l'elenco completo dei docenti e dei rispettivi curriculum.

COSTI

Tutti i Corsi Master Formula Professional hanno un costo di **Euro 6.800 in totale di cui: 800 Euro** come quota di iscrizione da versare prima dell'inizio dei corsi all'atto dell'iscrizione;

6.000 Euro, ammontare delle rette, versabili in tre rate durante lo svolgimento delle attività corsuali (2.000 Euro ogni tre mesi circa per tre volte). (versamenti previsti a febbraio, maggio, settembre)

Nel caso in cui la tesi finale di Master necessiti di una assistenza e una presentazione successive all'ultima sessione d'esame disponibile durante l'anno accademico in corso, il candidato dovrà versare per l'AA successivo la sola quota di iscrizione di Euro 800.

Se il candidato volesse svolgere più **curriculum fra quelli proposti in due annualità** (una conseguente all'altra) con l'acquisizione di un diploma di Master titolato a più curricula, il costo totale per le due annualità sarà di **Euro 10.800** di cui 800 Euro per una unica quota di iscrizione e il restante ammontare delle rette versabile in 5 rate da 2.000 Euro ogni una (tre durante il primo anno accademico e due durante il secondo). Il numero di curricula definibili in un diploma dipendono dalla possibilità di frequenza delle diverse materie sia nella versione annuale sia nella versione biennale.

ISCRIZIONE

Il modulo di iscrizione generale sui corsi L.UN.A. è scaricabile in formato PDF dalla pagina <http://www.uniluna.com/modulo0872016.pdf>

Una volta compilato e consegnato in segreteria o di persona o via mail a info@uniluna.com, si riceverà la conferma da parte della Direzione Didattica dell'avvenuta ammissione, contestualmente occorrerà effettuare il versamento della quota di iscrizione di Euro 800,00 con bonifico bancario o bollettino postale o recandosi presso uno delle sedi di L.UN.A. versando un assegno, o contanti o con carta di credito o bancomat.

Le coordinate bancarie da utilizzare sono:

Poste Italiane c/c intestato a L.UN.A. Libera Università delle Arti P.zza San Martino 4/f
Bologna

IBAN IT 17 U 07601 02400 00103509886

Prima dell'inizio del corso sarà siglato un contratto definitivo di Corso Master.

Oltre alla domanda di ammissione e iscrizione occorre fornire copia dell'attestato di studi precedenti e una foto tessera o immagine elettronica della stessa e copia di documento di identità.

CONDIZIONI DI AMMISSIBILITA' E SVOLGIMENTO

Ogni specifico corso Master potrebbe non essere svolto nel caso in cui il numero di candidati risultasse inferiore al minimo necessario per la copertura dei costi, a discrezione della direzione amministrativa L.UN.A.. Le iscrizioni sono aperte a tempo indeterminato, **ma consigliamo vivamente, nel caso di interesse, a procedere alla iscrizione entro e non oltre il 15 dicembre 2016**, per aiutare la Direzione Didattica a disporre di un calendario consono alle effettive esigenze dei candidati. Non è neppure escludibile una condizione di eccesso di richieste per cui al raggiungimento del numero disponibile di iscrizioni potrebbe essere possibile una esclusione determinata dall'ordine temporale di apparizione delle domande di ammissione.

L'ammissione prevede la consegna in allegato al modulo di iscrizione della copia del titolo di studio precedente e/o di curriculum vitae del candidato.

SEDE

Le attività in presenza durante i fine settimana si svolgono presso il **Centro Ricerche L.UN.A. in Via Busa 21 che si trova nel territorio di Imola in una oasi naturalistica** ricavata dal restauro di una storica azienda agricola, dove ha sede anche un archivio del design e della moda, una biblioteca di settore di oltre 25.000 volumi e tecnologie dedicate allo svolgimento delle attività didattiche e di workshop. Il campus è circondato da un bosco planiziale di 10.000 alberi.

Raggiungibile in Auto (30/40) minuti da Bologna.

O in treno raggiungendo le stazioni di Castel San Pietro Terme (15 minuti da Bologna circa) o Imola (20 minuti circa da Bologna) poi una navetta gratuita Vi trasporterà presso il Centro Ricerche Luna.

Alcune attività saltuariamente potrebbero svolgersi in altre sedi L.UN.A. situate in Bologna (sede didattica P.zza San Martino 4/f o LABSTORE L.UN.A. Via Marsala 25/a).

Incontri speciali possono avvenire presso gli uffici di LAGENTE a Milano, necessari per il placement professionale post diploma. Saranno organizzati inoltre incontri, seminari e visite guidate presso Aziende e Centri di Ricerca in date dipendenti dalle disponibilità di ogni specifico referente. Tali incontri sono a carattere facoltativo e non vincolante.

STAGE E LAVORO

L.UN.A. proporrà lo svolgimento di uno stage di breve durata presso un'Azienda coerente con le aspettative professionali di ogni singolo candidato. Visto il carattere "professional" di questi corsi, lo svolgimento dello stage non ha carattere obbligatorio. Dopo il conseguimento del diploma e previa autorizzazione del candidato, L.UN.A. invia il curriculum del diplomato a una media di 200 referenti, responsabili risorse umane, aziende, agenzie, studi professionali e cura la relazione con questi al fine di organizzare incontri per l'individuazione di sbocchi occupazionali concreti. Oltre il 90% dei nostri ex studenti hanno trovato impiego nei settori da loro ambiti, questo grazie alla qualità della didattica e allo svolgimento di questa preziosa attività di placement che rappresenta una esclusiva specifica delle modalità operative di L.UN.A..