

Struttura del corso

Modulo 1 - Cultura editoriale

Coordinatori: GIOVANNA ROSA e LODOVICA BRAIDA (U.d.S. - Milano)

totale ore: 40

totale crediti: 6

L'obiettivo è l'approfondimento della conoscenza critica del sistema editoriale nella civiltà libraria contemporanea, in un'ottica storico-funzionale che chiarisca le dinamiche di sviluppo delle strutture produttive, delle tipologie culturali, delle pratiche di diffusione e ricezione dei testi. Vi si accompagna l'illustrazione delle competenze intellettuali e professionali richieste per il lavoro redazionale, al fine di mediare i rapporti tra autori e pubblici.

L'editore imprenditore

Cultura letteraria e cultura editoriale

Lineamenti di storia europea del libro e dell'editoria

La funzione editore; la mediazione editoriale nella civiltà libraria dell'Italia contemporanea

Il sistema editoriale:

tipologie dell'imprenditorialità libraria; figure e ruoli professionali

Dal libro all'E-book: il passaggio dall'editoria a stampa all'editoria digitale

Conservazione libraria e cataloghi editoriali

La figura dell'autore nei processi di comunicazione editoriale

LABORATORIO: incontri con protagonisti dell'editoria e con studiosi di storia del libro

Modulo 2 - Strutture dell'editoria libraria

Coordinatore: IVAN CECCHINI (AIE)

totale ore: 96

totale crediti: 12

Il modulo fornisce un corredo di strumenti di analisi necessari al redattore per comprendere il contesto lavorativo in cui è inserito. Punti essenziali: un quadro macroeconomico del settore editoriale librario nell'ambito dell'industria dei media; una descrizione dei processi produttivi tradizionali e innovativi dell'editoria; una illustrazione degli elementi di base del diritto d'autore e della relativa contrattualistica; una definizione delle nozioni principali relative al controllo della gestione economico-finanziaria delle iniziative librarie.

2.1 Analisi economica del settore editoriale librario in rapporto all'industria dei media e ai fenomeni di convergenza e globalizzazione

Seminari: 12 ore

Il settore editoriale e la nuova editoria

Panoramica dell'industria dei media in Italia

Le indagini Doxa junior

Le indagini Istat sulla lettura e multiscopo

2.2 I processi produttivi nell'editoria libraria e le figure professionali coinvolte

Seminari

2.3 Elementi di base del diritto d'autore

Seminari:

I contratti dell'editore

I contratti per l'editoria multimediale

Il marketing dei diritti e le coedizioni internazionali

2.4 Elementi di controllo di gestione

Modulo 3 - Lavoro redazionale

Coordinatore: LUISA FINOCCHI (FAAM) e Giorgio Pinotti (Adelphi)

totale ore: 154

totale crediti: 18

Lo scopo è di far acquisire le conoscenze e competenze indispensabili per seguire redazionalmente l'intero iter del prodotto librario: progettazione di un volume, una collana, un piano editoriale; controllo delle fasi di lavorazione; lavoro sul testo, editing, revisione delle traduzioni, correzione delle bozze; stesura di pareri di lettura, risvolti, comunicati commerciali; elementi di grafica editoriale; gestione dei rapporti interni e esterni alla casa editrice.

3-1 Il lavoro editoriale

L'editoria di varia

L'editoria scolastica

Tascabili ed economici

La produzione per l'infanzia

Seminario:

La voce dell'editore

3-2 Il processo produttivo

Preparazione e uniformazione dei testi; correzione delle bozze; coordinamento dei collaboratori esterni; rapporto con la tipografia; controllo dei tempi di lavorazione

Composizione, impaginazione e uso professionale dei programmi X-press, Adobe ecc.

Internet come strumento per la redazione

Tecniche di stampa

3.3 Traduzione e revisione

Criteri di scelta dei traduttori e contratti di traduzione; come si valuta e rivede una traduzione.

Laboratorio: analisi, sulla base delle competenze linguistiche dei corsisti, di alcune traduzioni in commercio; esperienze di revisione

Tradurre gli autori italiani

3.4 Editing

Come si interviene sul testo in rapporto alle sue specifiche caratteristiche e al progetto editoriale in cui si iscrive; apparati, note, indici, bibliografie: come si progettano e costruiscono

L'editing e i testi di narrativa

L'editing e i testi di scolastica

L'editing per le grandi opere e i classici

L'editing e i testi di saggistica

Laboratorio

L'autore e il suo editor

3.5 La scrittura dell'editoria

La scrittura editoriale in rapporto ai diversi destinatari: il dialogo all'interno della casa editrice, con le reti di vendita e le librerie, con il lettore, con gli utenti della rete

Pareri di lettura

I comunicati commerciali

Le quarte di copertina

La scrittura per la rete

Laboratorio

Le esigenze della rete di vendita

3.6 Elementi di grafica editoriale

L'immagine coordinata del libro: copertine, inviti, locandine, espositori, manifesti, cataloghi

I libri illustrati e i cataloghi; la ricerca iconografica: rapporto tra grafico e redattore

Illustrazione dei principali programmi grafici: Illustrator, Freehand, Photoshop

LABORATORIO

Momenti di confronto con il lavoro editoriale all'estero

Modulo 4 - Strumenti economici per il redattore

Coordinatore: PAOLA DUBINI (Università Bocconi)

totale ore 80

totale crediti: 12

Il modulo concerne l'analisi delle case editrici secondo un'ottica economico-aziendale e nel quadro di un sistema di mercato; espone il concetto di fonti di vantaggio competitivo; presenta il sistema di decisioni nel cui ambito si collocano le scelte editoriali; illustra il collegamento di tali decisioni con i risultati e descrive il modello di bilancio; analizza le logiche di formazione del consuntivo per tipi diversi di produzione libraria.

4.1 La casa editrice come azienda

Seminario

4.2 Analisi del sistema competitivo allargato

Seminario

4.3 Le strategie competitive

Seminario

4.4 Il sistema delle decisioni di impresa a livello di business

4.5 Decisioni e risultati

Seminario

4.6 Le logiche di formazione del risultato economico per tipi diversi di libri

Modulo 5 - Editoria digitale

Coordinatore: ALBERTO CADIOLI (Università di Parma)

totale ore 120

totale crediti: 12

Il modulo offre le conoscenze teoriche e le esemplificazioni applicative indispensabili per una comprensione adeguata dei mutamenti intercorsi nel mondo editoriale, in conseguenza della diffusione delle tecnologie digitali. Vengono messi in risalto gli aspetti sia di continuità sia di rottura dell'editoria digitale rispetto all'editoria a stampa; viene trattato specificamente l'uso dell'informatica, non come strumento applicato di lavorazione tradizionali ma come strumento destinato alla realizzazione di prodotti da leggere sul monitor.

5.1 Definizione e presentazione dell'editoria digitale e multimediale

I prodotti dell'editoria digitale su supporto fisico (cd-rom, DVD)

La rete Internet: descrizione, costituzione, prospettive

I prodotti dell'editoria digitale sulla rete

5.2 Dall'editoria tradizionale all'editoria digitale (ore 36)

Trasferimento dalla carta all'ambiente digitale: problemi teorici e pratici

Linguaggi di codifica dei documenti digitali (SGML, HTML, XML)

La dimensione ipertestuale: definizione, trasformazione modalità di scrittura e lettura, interattività

Presentazione di nuovi generi dell'editoria multimediale

5.3 La produzione multimediale (ore 56)

Nuove figure professionali e loro competenze: il ruolo dell'autore e/o progettista, il redattore multimediale ecc.

Organizzazione della redazione in una azienda multimediale

Approfondimento dei programmi per la realizzazione dei prodotti editoriali digitali (Director, DreamWeaver, Flash)

Interfacce grafiche in dimensione intertestuale

Progettazione e realizzazione di un prodotto multimediale

La localizzazione di prodotti tradotti

5.4 Conclusioni

Prospettive nell'evoluzione dell'editoria digitale