UNIVERSITÀ DI PISA

EDITING E SCRITTURA EDITORIALE

NICOLETTA SALVATORI

Anno accademico	2017/18
CdS	INFORMATICA UMANISTICA
Codice	562LL
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
EDITING E SCRITTURA EDITORIALE	L-FIL-LET/12	LEZIONI	36	NICOLETTA SALVATORI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze
Il percorso formativo fornisce a tutti i partecipanti nozioni pratiche e teoriche per poter collaborare con le case editrici, progettare un prodotto editoriale sia cartaceo sia digitale, collaborare ai siti on line, scrivere web release, editare o realizzare un ebook, orizzontarsi nel mondo degli uffici stampa e del copy writing. Sono previsti incontri in aula con autori e professionisti del settore.
Le lezioni puntano a una preparazione pratica soprattutto nella direzione dell'editoria digitale (ebook, app, digital publishing).

Modalità di verifica delle conoscenze
Per l'accertamento delle conoscenze saranno svolte delle prove in itinere il cui svolgimento è richiesto per accedere alla prova d'esame finale

Capacità
Al termine del corso i partecipanti conosceranno le principali tecniche di editing e di comunicazione editoriale al fine di operare alla revisione di un libro, alla sua progettazione anche grafica, alla realizzazione di un ebook in formato epub. Inoltre conosceranno le basi della comunicazione strategica, della promozione e del marketing editoriale in particolare legato al web, dalla impostazione e scrittura di un comunicato, alla scheda libraria, dalla recensione alla newsletter.

Modalità di verifica delle capacità
Le prove in itinere relative ai vari temi toccati verranno valutate e discusse in aula

Comportamenti
Al termine del corso gli studenti saranno in grado di inserirsi in una casa editrice o agenzia di comunicazione consapevoli dei diversi compiti che potranno essere loro richiesti dal punto di vista della gestione dei contenuti editoriali (sia cartacei che digitali), della loro divulgazione, promozione, presentazione grafica.

Modalità di verifica dei comportamenti
Le prove in itinere relative ai vari temi toccati verranno valutate e discusse in aula

Prerequisiti (conoscenze iniziali)
La passione per i libri e la lettura è un prerequisito importante per chiunque voglia cimentarsi nell'editing, così come la facilità nella scrittura e l'interesse per la comunicazione a tutti i livelli. Benvenuta, ma non necessaria, la conoscenza di programmi di scrittura, grafica, trattamento delle immagini.

Indicazioni metodologiche

- lezioni frontali, con ausilio di slide/filmati
- incontri con autori e professionisti
- uso del sito di elearning del corso (Moodle) per lo scaricamento materiali didattici
- comunicazioni docente-studenti, pubblicazione di test per esercitazioni a casa, formazione di gruppi di lavoro, ecc.
- interazione tra studente e docente sia in orario di ricevimeto, sia attraverso posta elettronica o skype
- prove intermedie
- esame sotto forma di progetto

UNIVERSITÀ DI PISA

Programma (contenuti dell'insegnamento)

1. Introduzione al corso. L'editoria italiana cartacea e digitale, stato dell'arte. Etica e sociologia della comunicazione editoriale.
2. Il mestiere dell'editor. Compiti, regole, doveri. La correzione, la coerenza, il ritmo, il dialogo con l'autore, gli interventi possibili e quelli impossibili.
3. La struttura di un testo e la sua analisi critica. Il tessuto del testo, gli schemi narrativi. Prova di analisi testuale di un racconto
4. Incontro con gli autori, il manoscritto, la recensione, la scheda libraria. introduzione alla grafica editoriale.
5. Impostare graficamente un libro cartaceo. Editoria libraria digitale: la storia dell'ebook, i formati, come curare l'editing di un libro digitale, epub2 e epub3
6. Editoria digitale: la realizzazione di un ebook a layout fluido e a layout fisso.
7. L'ufficio stampa editoriale. Dalle press release alle news release, la comunicazione promozionale e strategica.
8. Il comunicato stampa, la presentazione e la conferenza stampa. Accenni ai nuovi sviluppi del marketing (web marketing e social media marketing).
9. Scrivere per il web e per il digital publishing. Come leggiamo sul desktop e come sul tablet. Le buone regole per la costruzione di siti coerenti, credibili e accessibili.
10. La comunicazione di progetto: la tecnica per elaborare e presentare una proposta o un progetto essere convincenti e illustrare una ricerca per ottenere il miglior risultato. Gli strumenti per farlo.
11. La newsletter Che cos'è cosa serve come si realizza . Le basi dell'email-marketing per le aziende editoriali.
12. Come si fa e che cos'è il catalogo: storia, contenuti e stile. Dal cartaceo al digitale. Come organizzarlo e curarlo nella grafica e nei contenuti.
13. Le app editoriali. Il tablet come media: miracolo o miraggio? L'utilizzo del tablet nel mondo editoriale, della divulgazione e del content marketing

Bibliografia e materiale didattico

Testi d'esame sono le slide e le dispense caricate su Moodle. Eventuali testi per approfondimenti sono segnalati o consigliati nelle slide messe a disposizione. Il progetto per l'esame è da concordare con il docente. E' consigliata la frequenza.

Indicazioni per non frequentanti

Gli studenti che non possono frequentare devono concordare il progetto e l'eventuale integrazione e devono comunque svolgere tutte le prove in itinere.

Modalità d'esame

L'esame consisterà nella discussione di un progetto di tipo editoriale concordato con il docente e presentato con modalità anch'essa da concordare (relazione scritta, elaborazione digitale, ecc...). Durante la discussione verranno toccati i temi discussi durante le lezioni messi direttamente a confronto con le scelte operate dallo studente nel realizzare il suo progetto. I progetti possono essere anche realizzati in gruppo (max 3 parsone).
Il progetto d'esame va consegnato improrogabilmente **almeno una settimana prima della data d'esame**. Solo la valutazione positiva del progetto dà accesso alla prova orale.

Ultimo aggiornamento 21/12/2017 17:02