



*Master di I livello*

Il contributo richiesto agli studenti del Master è di 8.500,00 (ottomila cinquecento) Euro. La prima rata è di 4.500,00 (quattromilacinquecento) Euro, seconda rata è di 4.000,00 (quattromila) Euro.

Il primo candidato idoneo in graduatoria in esito alla selezione beneficerà di un contributo totale a copertura delle due rate di immatricolazione.

I candidati in graduatoria dalla posizione 2 alla posizione 4 compresa, in esito alla selezione beneficiano di un contributo parziale a copertura della II rata di immatricolazione pari a €. 4.000 (quattromila) cadauno.

I candidati in graduatoria dalla posizione 5 alla posizione 8 comprese, in esito alla selezione beneficiano di un contributo parziale pari a € 2000 come riduzione sulla II rata.

## **ANNO ACCADEMICO**

2018 / 2019

## **PERIODO DI SVOLGIMENTO**

novembre 2018 - settembre 2020

## **FREQUENZA OBBLIGATORIA**

75%

## **STRUTTURA**

didattica frontale 420 H, workshop 80 H, stage/project work 500 H

## **SEDE DELLE LEZIONI**

SCUOLA SUPERIORE DI STUDI UMANISTICI, VIA MARSALA 26, BOLOGNA  
DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA E COMUNICAZIONE, VIA AZZO GARDINO 23, BOLOGNA

## **VERIFICA DELLE CONOSCENZE**

test in itinere, prova finale

## **POSTI DISPONIBILI**

20

## **SCADENZA BANDO**

13 settembre 2018

[www.unibo.it](http://www.unibo.it) > Didattica > Master universitari > 2018 - 2019 > Editoria cartacea e digitale

## **COSTO**

8.500 € in due rate

## **AGEVOLAZIONI**

6 borse di studio

## **INFO E ISCRIZIONI**

Fondazione Alma Mater  
UGO DALL'OLIO  
[u.dallolio@fondazionealmamater.it](mailto:u.dallolio@fondazionealmamater.it)  
☎ 051 2091962



# PRESENTAZIONE

Proponendo una formazione a tutto tondo sulle competenze richieste dalla filiera editoriale, nei suoi diversi settori, il Master prepara profili adeguati alle professioni del mondo dell'editoria, sia cartacea che digitale: editor, agente, redattore, addetto stampa, addetto marketing, responsabile di produzione, addetto ai foreign rights, responsabile commerciale.

L'offerta didattica, particolarmente articolata, vede il coinvolgimento dei maggiori operatori del settore sia durante i moduli in aula sia nel corso del periodo di stage (sei mesi presso importanti realtà del mondo editoriale italiano).

Destinatari principali del Master sono, pertanto, laureati triennali e magistrali con formazione e interessi in ambito umanistico o manageriale (management nell'industria culturale).

Al termine del percorso didattico, lo studente avrà acquisito consapevolezza circa il processo complessivo della vita del libro, oltre a capacità specifiche quali tecniche di impaginazione, lettura e produzione di un conto economico, preparazione di campagne di promozione, progettazione di un piano commerciale di distribuzione, ecc.

## **Consiglio scientifico**

**Direzione:** Anna Maria Lorusso, Università di Bologna  
Mario Andreose, La Nave di Teseo  
Irene Enriques, Zanichelli  
Riccardo Fedriga, Università di Bologna  
Costantino Marmo, Università di Bologna  
Romano Montroni, Centro per il Libro e la Lettura  
Maria Patrizia Violi, Università di Bologna

# PROGRAMMA

Storia del libro e dell'editoria - *Paolo Tinti, Paola Maria Carmela Italia*

Scrittura professionale - *Giovanna Cosenza*

Progettazione di contenuti editoriali - *Ernesto Franco*

Teorie e tecniche della produzione libraria e digitale  
*Daniele Fiasca*

Editing - *Anna Maria Lorusso, Riccardo Fedriga*

Economia e organizzazione delle imprese editoriali  
*Giulio Lattanzi*

Grafica e impaginazione - *Giovanni Lussu*

Distribuzione e canali di vendita dei prodotti editoriali  
*Luca Domeniconi*

Gestione dei diritti cartacei e digitali e della proprietà intellettuale - *Alberto Musso, Rosaria Carpinelli*

Ufficio stampa e promozione - *Adolfo Frediani*

Marketing strategico e analisi dei dati - *Gianni Ferrari*

Laboratorio di editoria digitale - *Anna Maria Lorusso*

Progettazione digitale - *Fabio Vitali*

Digital Humanities - *Francesca Tomasi*

Iconografia e iconologia - *Sonia Cavicchioli, Marina Rotondo*

Controllo e revisione della traduzione - *Adele D'Arcangelo*

Workshop tematici: editoria per ragazzi, editoria scolastica, editoria d'arte, festival letterari

# RISULTATI ATTESI

Il percorso didattico intende trasmettere conoscenze e competenze riguardo:

- programmazione (scelta del testo, contatti con l'autore e con editori di altri paesi)
- editing (sia nel senso di copy editing che di proof editing)
- grafica editoriale
- teoria, pratica e controllo della traduzione
- gestione nazionale e internazionale dei diritti, legislazione editoriale
- tecnica della produzione libraria (incluso l'e-publishing)
- marketing, lancio commerciale, pubblicità
- gestione dell'ufficio stampa
- distribuzione, libreria e altri punti di vendita
- produzione e gestione di prodotti multimediali (sia off line sia on line)

Le case editrici rappresentano i naturali e principali settori di impiego dei futuri studenti del Master, oltre alle divisioni editoriali di enti pubblici e privati, gli uffici stampa, comunicazione, marketing e diritti, fino ad arrivare a iniziative e istituzioni legate alla promozione della lettura, nonché ai service editoriali e alle agenzie letterarie.