# Marketing e comunicazione editoriale

## Prof.ssa Sara Bignotti

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

L’insegnamento intende fornire gli elementi-chiave, teorici e pratici, che caratterizzano il marketing di una casa editrice.

**Obiettivo del corso:**

Conoscere e comprendere: 1) le principali strategie di promozione e comunicazione che concorrono al successo del libro; più precisamente distinguendo le fasi del progetto: dall’ideazione al “lancio” in libreria, sulla stampa e nei canali digitali, fino agli eventi; 2) format e linguaggi della comunicazione editoriale, analizzati con laboratori di scrittura mirati all’apprendimento delle competenze di base.

**Risultati di apprendimento**:

Dimostrare di aver acquisito e saper applicare le conoscenze fornite durante il corso, che riguardano le strategie di promozione, i format comunicativi e specifiche competenze di scrittura e comunicazione editoriale.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

1. Inquadramento storico-teorico: definizione di marketing editoriale. Destinazione del libro e mercato del libro. Progetto tipografico, progetto editoriale, progetto commerciale, L’oggetto- libro: libro cartaceo e digitale, format (tascabile, best-seller, long-seller…), collana, linea editoriale. Il “lancio del libro” e il rapporto con la stampa (quotidiani, periodici, tv, radio, web). Tempi, modalità, figure del marketing editoriale.
2. Laboratori di scrittura: come si scrive una recensione giornalistica, un comunicato stampa, un lancio d’agenzia, una scheda commerciale, un contenuto web…
3. *Case-study*: Pubblicità (diretta e indiretta): realizzazione di una “strenna”; promozione del “catalogo”; “rebranding” di un marchio e “restyling” della grafica di copertina. Eventi: presentazione in libreria; Fiere del libro internazionali; Premi letterari.

Sono previsti seminari di approfondimento con professionisti del settore.

***BIBLIOGRAFIA***

**Testo obbligatorio per tutti gli studenti :**

S. Bignotti, *Il senso del libro. Filosofia e linguaggi del marketing editoriale*, ETS, Pisa 2021. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/sara-bignotti/il-senso-del-libro-filosofia-e-linguaggi-del-marketing-9788846759917-697668.html)

Testi supplementari per non frequentanti:

1) A. Borsani, *La claque del libro*, Neri Pozza, 2019. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ambrogio-borsani/la-claque-del-libro-9788854516816-556096.html)

2) H. Handley, *Le nuove regole della scrittura. Strategie e strumenti per creare contenuti di successo*, Hoepli, 2016. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ann-handley/le-nuove-regole-della-scrittura-strategie-e-strumenti-per-creare-contenuti-di-successo-9788820370817-234899.html)

3) R. Montroni, *Vendere l’anima. Il mestiere del libraio*, Laterza, 2010. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/romano-montroni/vendere-lanima-il-mestiere-del-libraio-9788842092261-209362.html)

Eventuali ulteriori indicazioni verranno fornite durante il corso.

***DIDATTICA DEL CORSO***

La parte teorica con lezioni frontali sarà compendiata da laboratori in aula, riguardanti la progettazione e la scrittura di contneuti editoriali, con esercitazioni scritte e oriali, sia guidate dal docente sia in autonomia. Sono previsti seminari di approfondimento con esperti professionisti.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Esame orale in cui si valuta lo svolgimento delle prove scritte proposte a lezione, l’apprendimento dei testi indicati in bibliografia e dei materiali forniti durante il corso. La bibliografia è da intendersi come obbligatoria e complementare ai materiali resi disponibili sulla piattaforma *blackboard* durante il corso. Per i non frequentanti sono obbligatori tre testi supplementari, riguardanti gli argomenti approfonditi nei seminari e nei laboratori di scrittura e utili all’elaborazione in autonomia delle prove scritte. Anche per i non frequentanti sono obbligatorie le prove scritte che consistono nell’elaborazione e presentazione al docente di tre format di scrittura elaborati sulla base di materiali forniti durante il corso. Per ulteriori indicazioni si consiglia di contattare il docente prima dell’appello.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Il corso non richiede alcuna conoscenza di base specifica, ma curiosità per il modo editoriale e predisposizione alla lettura e alla scrittura.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Alla fine di ogni lezione o su appuntamento.