# 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 e la comunicazione riguardanti una casa editrice.

**Obiettivo del corso:**

Conoscere e comprendere: 1) le principali strategie che concorrono al successo del libro, distinguendo tre fasi: ideazione del progetto editoriale; promozione e “lancio” nelle librerie (punti vendita e bookshop on line); comunicazione attraverso la stampa, i canali digitali, gli eventi; 2) format e linguaggi della comunicazione editoriale, acquisibili con laboratori di scrittura in aula 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 redazionali di scrittura e comunicazione editoriale.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

1. Inquadramento storico-teorico: origine e definizione del marketing editoriale. Destinazione del libro e mercato del libro. Progetto tipografico, progetto editoriale, progetto commerciale. L’oggetto- libro: libro cartaceo e digitale, i format (tascabile, best-seller, long-seller…), le collane, le linee editoriali (narrativa, saggistica, scolastica). Il “lancio del libro” e il rapporto con i media tradizionali e post mediali (quotidiani, periodici, tv, radio, social). Modi, tempi, finalità della comunicazione editoriale.
2. Laboratori di scrittura: come si redige un titolo, uno slogan, una quarta di copertina, una recensione giornalistica, un comunicato stampa, una scheda commerciale, un contenuto web.
3. *Case-study*: Pubblicità (libri illustrati e “strenne”; nuove edizioni e progetti grafici di copertina; promozione del “catalogo”). 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 :**

1) 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.

2) H. Handley, *Le nuove regole della scrittura. Strategie e strumenti per creare contenuti di successo*, Hoepli, 2016.

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 contenuti editoriali, con esercitazioni scritte e orali, sia guidate dal docente sia in autonomia. Sono previsti seminari di approfondimento con esperti professionisti nell’ambito della promozione e comunicazione editoriale.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Esame orale in cui si verifica l’effettivo svolgimento delle prove scritte proposte a lezione, l’apprendimento dei testi indicati in bibliografia e dei materiali forniti durante il corso e riguardanti gli approfondimenti seminariali. 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. Il ricevimento degli studenti può essere concordato alla fine di ogni lezione o via mail.