# Marketing del prodotto editoriale

## Prof. Arianna Leonetti

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

Obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti una conoscenza generale dei meccanismi del marketing librario, con uno sguardo alla storia dell’editoria italiana contemporanea.

A fine corso lo studente avrà compreso le logiche delle politiche commerciali aziendali e sarà in grado di orientarsi agilmente nel panorama editoriale italiano, sia di quello contemporaneo che di quello del passato recente.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Inquadramento del tema del marketing all’interno dello sviluppo storico dell’editoria italiana del Novecento. – Dentro (e fuori) una casa editrice: la filiera editoriale e le sue professioni. – Il marketing e il marketing editoriale. – Parole chiave e princìpi del marketing editoriale – La nuova èra del social e digital marketing.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

È obbligatorio lo studio attento di:

Irene Piazzoni, *Il Novecento dei libri. Una storia dell’editoria in Italia,* Carocci editore, Roma, 2021. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/irene-piazzoni/il-novecento-dei-libri-una-storia-delleditoria-in-italia-9788843098927-693370.html)

Alessandro Bollo, *Il marketing della cultura. Nuova edizione*, Carocci editore, Roma, 2019.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/alessandro-bollo/il-marketing-della-cultura-9788843098378-676539.html)

È obbligatoria, in fine, la lettura approfondita di:

*Tra cultura e mercato. Storie di editoria contemporanea*, a cura di Arianna Leonetti, Ronzani editore, Dueville, 2022. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/tra-cultura-e-mercato-storie-di-editoria-contemporanea-9791259970077-707289.html)

Gli studenti con problemi di frequenza devono concordare una bibliografia specifica con il docente.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede lezioni frontali con esercitazioni individuali e di gruppo.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame orale di accertamento delle conoscenze e competenze acquisite prevede:

a) la presentazione in aula di un caso editoriale, con il supporto di un power point (o simile).

b) la conoscenza approfondita degli appunti delle lezioni e dei volumi in bibliografia. Saranno valutate, tra le altre, la padronanza di un linguaggio tecnico specifico, la capacità di sintesi e di rielaborazione delle nozioni apprese.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Le lezioni si svolgono in presenza. Qualora l’emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, saranno assicurate anche “in remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

L’insegnamento non richiede prerequisiti specifici. La frequenza alle lezioni è vivamente consigliata. Gli studenti che portassero un programma di anni accademici precedenti, sono tenuti a comunicarlo al docente con congruo anticipo rispetto all’appello d’esame scelto.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Arianna Leonetti riceverà gli studenti, sia in presenza che in remoto, previo appuntamento concordato via mail.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)