# Marketing del prodotto editoriale

## Prof.ssa 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 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***

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*

La Prof.ssa 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)