

SOMMARIO

Art. 1 - Tipologia.....	1
Art. 2 - Obiettivi formativi, sbocchi professionali e attrattività del corso	1
Art. 3 - Ordinamento didattico.....	1
Art. 4 – Valutazione dell'apprendimento in itinere.....	4
Art. 5 –P rova finale e Conseguimento del titolo.....	4
Art. 6 - Docenti	4
Art. 7 - Requisiti di ammissione	4
Art. 8 - Scadenza procedura on-line di iscrizione al corso.....	5
Art. 9 - Allegati alla procedura on-line di iscrizione al corso	5
Art. 10 - Tasse e contributi.....	5
Art. 11 - Sito web e segreteria organizzativa	5

ART. 1 - TIPOLOGIA

L'Università degli Studi di Pavia attiva per l'a.a. 2021/2022 il Master Universitario di **I livello** in **"Professioni e prodotti dell'editoria"** presso il Collegio Universitario "S. Caterina da Siena" in collaborazione con il Dipartimento di Studi Umanistici.

Edizione: XV

Area di afferenza: umanistica; giornalismo e informazione

ART. 2 - OBIETTIVI FORMATIVI, SBOCCHI PROFESSIONALI E ATTRATTIVITÀ DEL CORSO

Il Master ha lo scopo di formare operatori e professionisti nel campo dell'editoria nelle diverse fasi della filiera produttiva, con particolare attenzione a una qualificazione culturale. Per ottenere tali risultati l'offerta didattica si articola in quattro linee portanti: 1) basi letterarie e culturali del fenomeno dell'editoria moderna (affiancate a laboratori di scrittura mirati alla comunicazione editoriale); 2) prodotto editoriale, seguito dalle fasi produttive alla fruizione del lettore (con laboratori di progettazione editoriale, informatica editoriale, ricerca iconografica e grafica, editing, verifica bozze, contenuti sul web); 3) libro come oggetto di mercato (dall'impresa editoriale alla funzione comunicativa, dal marketing alle aspettative dell'acquirente, fino alla distribuzione); 4) professioni legate all'editoria (illustrate da tecnici, professionisti, protagonisti dell'attività editoriale: incontri con autore, editore, editor, redattore, grafico, tipografo, direttore commerciale, archivista editoriale, agente letterario, distributore, giornalista addetto stampa, libraio).

Il Master è progettato secondo una struttura attenta agli aspetti teorici e a quelli tecnico/pratici del settore editoriale specificamente librario. L'attenzione posta a tutte le competenze specifiche, ma varie, della moderna editoria, caratterizza il percorso formativo e didattico, a conclusione del quale emerge una figura professionale capace di affrontare e valutare testi, di impostarli graficamente, di produrli e di commercializzarli. La preparazione offerta dal Master offre, attraverso lezioni frontali, incontri con esperti e professionisti, stage, la possibilità di acquisire e mettere a frutto le competenze richieste dal settore. Gli sbocchi professionali sono più dunque quelli legati alla gestione di contenuti e fasi della mediazione editoriale con riferimento sia all'editoria cartacea sia a quella digitale (editoria libraria o giornalistica, studi grafici ed editoriali di progettazione e di editing, agenzie di commercializzazione e distribuzione libraria, traduzione di testi per l'editoria, uffici stampa, agenzie di ideazione, organizzazione e comunicazione di progetti culturali, agenzie web, ebook).

ART. 3 - ORDINAMENTO DIDATTICO

Il Master di durata annuale (1500 ore totali – **60 CFU**) è articolato in: didattica frontale, esercitazioni pratiche, tirocinio presso le aziende editoriali elencate alla pagina <http://www.mastereditoria.it/stage/>,

visite presso Case editrici, tipografie, biblioteche, librerie, seminari presso Studi editoriali e laboratori presso il Collegio e le Case editrici, attività di studio e preparazione individuale.

La frequenza da parte degli iscritti alle varie attività formative in aula (didattica frontale e laboratori) è obbligatoria per almeno il 75% del monte ore complessivamente previsto, escluso il tirocinio per cui la frequenza è obbligatoria al 100%.

Il periodo di formazione non può essere sospeso.

Non sono ammessi trasferimenti in Master analoghi presso altre sedi universitarie.

I Moduli di insegnamento sono così organizzati e verranno tenuti in lingua italiana:

Insegnamento/ Modulo (SSD)	Contenuti	Ore didattica frontale	Ore studio individuale	Totale ore	CFU
1) STORIA DELL'EDITORIA CONTEMPORANEA L-FIL-LET11	Elementi evolutivi della storia editoriale ottonevicesca con indagini mirate su importanti gruppi editoriali italiani	16	34	50	2
2) TEORIA E PRASSI DELLA MEDIAZIONE EDITORIALE SPS08	Lineamenti storici e culturali con presentazione, casi e analisi del lavoro e della filiera editoriale come mediazione tra l'offerta degli autori e la domanda del pubblico	30	120	150	6
3) ELEMENTI DI PARATESTO NELL'EDITORIA PER RAGAZZI L-FIL-LET10	Strategie e tecniche di edizione. Implicazioni paratestuali nell'editoria per ragazzi	5	20	25	1
4) ELEMENTI DI DIRITTO D'AUTORE IUS04	Approfondimenti normativi ed esemplificazioni di casi storici e attuali	10	40	50	2
5) ELEMENTI DI GESTIONE DELL'IMPRESA EDITORIALE SECS-P08	I fondamenti socio-economici dell'impresa editoriale. Il libro tra qualità e mercato (con casi e prove di calcolo budget ecc.)	10	40	50	2
6) CULTURA LETTERARIA E RICERCA IN AMBITO UMANISTICO L-FIL-LET10 L-FIL-LET12	Fondamenti culturali-letterari della produzione libraria	16	34	50	2
7) ELEMENTI DI MARKETING EDITORIALE M-PSI06	Approfondimenti teorici ed esemplificazioni pratiche. La psicologia dell'acquirente	10	40	50	2
8) ELEMENTI DI REVISIONE EDITORIALE DELLA TRADUZIONE	Cultura e regole della traduzione letteraria	21	54	75	3
		Ore esercitazioni/laboratorio			
9) LABORATORIO DI GRAFICA E IMPAGINAZIONE	Teoria e pratica dell'informatica applicata al libro	30	20	50	2
10) LABORATORIO DI REDAZIONE E VERIFICA BOZZE	Metodi, regole, esemplificazioni (con esercitazioni su casi reali)	30	45	75	3
11) LABORATORIO DI PROGETTAZIONE EDITORIALE	Teoria e pratica della progettazione di un libro	30	20	50	2
12) LABORATORIO DI RICERCA ICONOGRAFICA	Il libro e l'icona: proposte metodologiche ed esempi pratici	5	20	25	1
13) LABORATORIO DI EDITING A. saggistica= 8 ore	Regole ed esemplificazioni di editing	30	45	75	3

B. scolastica= 12 ore C. turistica/illustrati= 10 ore					
14) LABORATORIO DI UFFICIO STAMPA E SOCIAL MEDIA (A=20 ore; B=5 ore)	A) ufficio stampa e social media B) gestione mailing list e festival-eventi	24	26	50	2
15) LABORATORIO DI CONTENUTI ONLINE (LIBRARIO E PERIODICI)	Siti web di ambito editoriale e tecniche di booktrailer	20	30	50	2
16) LABORATORIO DI GESTIONE BOOKSHOP	Tecniche di organizzazione e gestione di un bookshop	5	20	25	1
17) LABORATORIO DI E-BOOK (EDITORIA MULTIMEDIALE)	Applicazioni multimediali per lettura e distribuzione di contenuti editoriali in forma digitale (e-book)	20	30	50	2
18) LABORATORIO DI EDITING PER LA NARRATIVA	Teoria e pratica della scrittura narrativa, con esemplificazioni ed esercitazioni	20	30	50	2
19) LABORATORIO DI SCRITTURE PER LA COMUNICAZIONE EDITORIALE	Teoria della scrittura giornalistica. Esemplicazioni pratiche	10	15	25	1
20) LABORATORIO DI EDIZIONI A TIRATURA LIMITATA	Presentazione di esperienze di creazioni tipografiche artigianali	5	20	25	1
21) INCONTRI CON L'AUTORE (tre tipologie)	Seminari con: <u>A</u> un narratore, <u>B</u> un narratore per bambini, <u>C</u> un saggista. Strategie e tecniche narrative. Rapporto autore-pubblico	6			
22) INCONTRO CON L'EDITORE	Seminario su implicazioni culturali, socio-economiche, mass-mediatiche e politiche dell'attività editoriale	4			
23) INCONTRO CON IL DIRETTORE COMMERCIALE E PROMOZIONE	Seminario su marketing, comunicazione rispetto al prodotto librario	2			
24) INCONTRO CON IL TIPOGrafo (con visita in un'azienda di stampa)	Seminario su implicazioni tecniche e culturali della stampa	4			
25) INCONTRO CON L'AGENTE LETTERARIO	Seminario sul rapporto tra autore-opera e casa editrice	2			
26) INCONTRO CON L'ADDETTO UFFICIO DIRITTI E ACQUISIZIONI	Seminario sul rapporto tra autore, casa editrice e mondo della comunicazione	2			
27) INCONTRO CON IL DIRETTORE EDITORIALE	Seminario sulla progettazione dell'attività imprenditoriale nell'editoria	2			
28) INCONTRO CON IL RESPONSABILE DELLA PROMOZIONE E DISTRIBUZIONE	Seminario su tecniche e modalità della collocazione del prodotto librario	2			
29) INCONTRO CON IL LIBRAIO	Seminario su tecniche e modalità di vendita del prodotto librario. I rapporti con il pubblico	4			
30) INCONTRO CON IL GIORNALISTA	Seminario su esperienze di giornalismo editoriale	2			
31) VISITA A FIERE/MOSTRE LIBRARIE (Torino, Milano o altre)		20			
Totale "Incontri" – dal mod. 21 al mod. 30				50	2
Totale ore/CFU parziale		Didattica frontale → 118 Esercitazioni/Laboratorio → 279	703	1100	44
Tirocinio-Stage				400	16
Totale ore/CFU				1500	60

ART. 4 - VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO IN ITINERE

Sono adottati come parametri di valutazione dell'apprendimento le conoscenze tecniche acquisite dagli allievi, da valutarsi tramite prove intermedie, per i corsi con almeno 10 ore di lezione.

ART. 5 - PROVA FINALE E CONSEGUIMENTO DEL TITOLO

L'esame finale consisterà in una tesi elaborata sotto la supervisione di uno dei docenti e, con la sua approvazione, presentata al Collegio Docenti per la valutazione che sarà espressa in centesimi secondo il seguente schema:

- originalità e ricerca complessiva sul tema: fino a 10 punti
- capacità di rielaborazione e utilizzo critico delle fonti: fino a 20 punti
- esposizione contenutistica: fino a 60 punti
- attenzione formale e redazionale: fino a 10 punti.

A conclusione del Master, ai partecipanti che abbiano svolto tutte le attività ed ottemperato agli obblighi previsti, previo il superamento di un esame finale scritto, verrà rilasciato il Diploma di Master Universitario di I livello in **"Professioni e prodotti dell'editoria."**

ART. 6 - DOCENTI

Gli insegnamenti del Master Universitario saranno tenuti da Docenti dell'Università degli Studi di Pavia e da Esperti esterni altamente qualificati.

ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE

Il Master è rivolto a tutti coloro che abbiano conseguito un:

- **diploma di laurea triennale, ai sensi dei DD.MM. n 509/99;**
- **diploma di laurea, ai sensi del DM n 270/04;**
- **nonché ai laureati secondo il previgente ordinamento.**

Il numero massimo degli iscritti è pari a **25** unità.

Il numero minimo per attivare il corso è di n° **15** iscritti.

Il Collegio docenti potrà altresì valutare se sussistano le condizioni per ampliare il suddetto contingente di posti.

Nel caso in cui il numero di aspiranti sia superiore a quello massimo previsto, una Commissione composta dal Coordinatore e da due docenti del Master effettuerà una **selezione** e formulerà una graduatoria di merito, espressa in **trentesimi**, determinata sulla base dei seguenti criteri di valutazione:

1. **Curriculum vitae** del candidato - fino a un massimo di 6 punti:
 - fino a 2 punti per possesso di laurea specialistica/magistrale;
 - fino a 2 punti per esperienze lavorative qualificanti attinenti le tematiche del master;
 - fino a 1 punto per esperienze culturalmente significative;
 - fino a 1 punto per pubblicazioni inerenti le tematiche del master.
2. **prova scritta** di ammissione al Master - fino ad un massimo di 18 punti.
Tale prova è volta ad accertare, coerentemente con la natura del corso Master nell'ambito del percorso di studi universitari, il possesso da parte dell'aspirante delle conoscenze di cultura generale, con particolare riguardo al settore editoriale, nonché di buone capacità di scrittura.
La prova scritta si intende superata con un punteggio minimo di 8 punti.
3. **prova orale (colloquio personale)** di ammissione al Master – fino ad un massimo di 6 punti.
La prova è tesa a verificare la solidità delle motivazioni e la maturità di atteggiamento del candidato.
Il colloquio si intende superato con un punteggio minimo di 3 punti.

In caso di parità di punteggio in graduatoria prevale il candidato anagraficamente più giovane.
In caso di rinuncia di uno o più candidati, i posti resisi disponibili saranno rimessi a disposizione secondo la graduatoria di merito, fino ad esaurimento dei posti stessi.

ART. 8 - SCADENZA PROCEDURA ON-LINE DI ISCRIZIONE AL CORSO

I candidati devono completare la procedura di ammissione descritta dal bando a decorrere dal **16 settembre 2021** ed entro il termine del **7 gennaio 2022**.

I requisiti richiesti dal bando e allegato devono essere posseduti entro la scadenza prevista per le iscrizioni.

ART. 9 - ALLEGATI ALLA PROCEDURA ON-LINE DI ISCRIZIONE AL CORSO

I candidati devono allegare durante la procedura on line di iscrizione al master:

- **il curriculum vitae** completo dell'indicazione dei requisiti richiesti per l'ammissione e per l'eventuale selezione.

ART. 10 - TASSE E CONTRIBUTI

Immatricolazione:

L'iscritto al Master dovrà versare per l'a.a. 2021/2022 la somma di € **3.700,00** comprensiva di: € **16,00** (imposta di bollo) e € **142,00** ("Spese di segreteria").

Tale importo si versa in due rate:

1^a rata, di € 2.000, all'atto dell'immatricolazione, 2^a rata di € 1.700 entro il 04/05/2022.

Enti o Soggetti esterni nazionali o internazionali potranno contribuire al funzionamento del Master mediante l'erogazione di contributi finalizzati alla copertura totale o parziale della quota di iscrizione. In tal caso i candidati saranno selezionati sulla base di criteri stabiliti dal Collegio Docenti e pubblicati sul sito della Segreteria Organizzativa del Master.

Prova finale:

Per essere ammessi alla prova finale i candidati devono presentare apposita domanda di ammissione ed effettuare il versamento di € **116,00**¹ quale contributo per il rilascio della pergamena (che include 2 marche da bollo da € 16 assolute in modo virtuale: una sulla pergamena e l'altra per la domanda di ammissione).

ART. 11 - SITO WEB E SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Qualsiasi comunicazione ai candidati verrà resa nota mediante pubblicazione al seguente sito web:

www.mastereditoria.it

Per informazioni relative all'organizzazione del corso:

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Collegio Universitario S. Caterina da Siena

Via S. Martino 17/A (PV)

Dott.ssa Giulia Antoniotti

T +39 0382/375086

E mastereditoria@unipv.it

¹ Si fa presente che l'importo potrebbe essere aggiornato con delibera del Consiglio di Amministrazione in data successiva alla pubblicazione del presente bando