



All. F al bando di ammissione
pubblicato in data 18/10/2013

Art. 1 - Tipologia

L'Università degli Studi di Pavia attiva, per l'a.a. 2013-2014, presso il Collegio Universitario "S.Caterina da Siena", il master universitario di I livello in "**Professioni e Prodotti dell'editoria**".

Art. 2 - Obiettivi formativi e funzioni del corso

Il Master Universitario 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).

Sbocchi professionali

Il Master è progettato secondo una struttura attenta agli aspetti teorici ed 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 immediati, 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 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 web, ebook).

Art. 3 - Ordinamento didattico

Il Master Universitario è di durata annuale e prevede un monte ore di 1500, articolato in lezioni frontali, esercitazioni pratiche-stage o visite presso Case editrici, seminari presso Studi editoriali e laboratori presso il Collegio e le Case editrici, attività di studio e preparazione individuale.

All'insieme delle attività formative previste corrisponde l'acquisizione da parte degli iscritti di 60 crediti formativi universitari (C.F.U.)

La frequenza da parte degli iscritti alle varie attività formative è obbligatoria per almeno il 75% del monte ore complessivamente previsto.

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:

| Moduli | Contenuti | Ore didattica frontale | Ore esercitazioni i/laboratorio | Ore studio individuale | Totale ore | C. F.U. |
|---|---|------------------------|---------------------------------|------------------------|------------|---------|
| 1) Storia dell'editoria contemporanea L-FIL-LET/11 | Elementi evolutivi della storia editoriale otto-novecentesca con indagini mirate su importanti gruppi editoriali italiani | 10 | | 40 | 50 | 2 |
| 2)Teoria e prassi della mediazione editoriale SPS/08 | 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 | 35 | | 115 | 150 | 6 |



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

| | | | | | | |
|--|--|----|-----|----|----|---|
| 3) Elementi di edizione e di paratestualità L-FIL-LET/10 | Strategie e tecniche di edizione. Implicazioni paratestuali | 5 | | 20 | 25 | 1 |
| 4) Elementi di diritto d'autore IUS/04 | Approfondimenti normativi ed esemplificazioni di casi storici e attuali | 10 | | 40 | 50 | 2 |
| 5) Elementi di gestione dell'impresa editoriale SECS-P/08 | 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 L-FIL-LET/13 L-FIL-LET/12 | Fondamenti culturali-letterari della produzione libraria | 20 | | 30 | 50 | 2 |
| 7) Marketing editoriale M-PSI/06 | Approfondimenti teorici ed esemplificazioni pratiche. La psicologia dell'acquirente | 10 | | 40 | 50 | 2 |
| 8) Traduzione letteraria | Cultura e regole della traduzione letteraria | 20 | | 55 | 75 | 3 |
| 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 | | 10 | 15 | 25 | 1 |
| 13) Laboratorio di redazione specialistica A. saggistica= 9 ore B. scolastica= 8 ore C. turistica/illustrati= 8 ore | Regole ed esemplificazioni di editing | | 25 | 50 | 75 | 3 |
| 14) Laboratorio di ufficio stampa (A=20 ore; B=5 ore) | A) Elementi di progettazione di una campagna stampa su un prodotto editoriale B) ufficio stampa web | | 25 | 25 | 50 | 2 |
| 15) Laboratorio di contenuti on line (librario e periodici) | Tecniche informatiche per costruzione e analisi di siti web di ambito editoriale | | 20 | 55 | 75 | 3 |
| 16) Laboratorio di organizzazione e gestione di un 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 e esercitazioni | | 20 | 30 | 50 | 2 |
| 19) Laboratorio di scrittura per la comunicazione editoriale | Teoria della scrittura giornalistica. Esemplicazioni pratiche | | 10 | 15 | 25 | 1 |
| 20) 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) | | | |
| 21) Incontro con l'editore | Seminario su implicazioni culturali, socio-economiche, mass-mediatriche e politiche dell'attività editoriale | | (4) | | | |
| 22) Incontro con il direttore commerciale | Seminario su marketing, comunicazione rispetto al prodotto librario | | (2) | | | |
| 23) Incontro con il tipografo (con visita in un'azienda di stampa) | Seminario su implicazioni tecniche e culturali della stampa | | (4) | | | |



| | | | | | | |
|---|---|-----|------|-----|-------------|-----------|
| 24) Incontro con l'agente letterario | Seminario sul rapporto tra autore-opera e casa editrice | | (2) | | | |
| 25) Incontro con l'addetto ufficio diritti e acquisizioni | Seminario sul rapporto tra autore, casa editrice e mondo della comunicazione | | (2) | | | |
| 26) Incontro con il direttore editoriale | Seminario sulla progettazione dell'attività imprenditoriale nell'editoria | | (2) | | | |
| 27) Incontro con il responsabile della promozione e distribuzione | Seminario su tecniche e modalità della collocazione del prodotto librario | | (2) | | | |
| 28) Incontro con il libraio | Seminario su tecniche e modalità di vendita del prodotto librario. I rapporti con il pubblico | | (4) | | | |
| 29) Incontro con il giornalista | Seminario su esperienze di giornalismo editoriale | | (2) | | | |
| 30) Visita a fiere/mostre librerie (Torino, Milano o altre) | | | (20) | | | |
| Totale "Incontri" | | | 50 | | 50 | 2 |
| Totale ore parziale | | 120 | 275 | 705 | 1100 | 44 |
| Tirocinio-Stage | | | | | 400 | 16 |
| Totale ore | | | | | 1500 | 60 |

Art. 4 – Valutazione dell'apprendimento

La valutazione delle conoscenze tecniche acquisite dagli allievi è effettuata tramite:

- prove intermedie consistenti in interrogazioni orali o esercitazioni scritte sulle conoscenze tecniche acquisite dagli allievi (per i corsi con almeno 10 ore di lezione)
- una prova finale consistente nella discussione di un elaborato scritto di natura progettuale, relativo all'attività svolta durante il tirocinio applicativo.

Art. 5 – Conseguimento del Titolo

A conclusione del Master, ai partecipanti che hanno svolto tutte le attività ed ottemperato agli obblighi previsti, previo il superamento dell'esame finale, 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 Universitario è rivolto a chi abbia conseguito il

1. diploma laurea triennale, ai sensi del DM n. 509/1999, in una delle seguenti classi:

- "Lettere" N° 5
- "Lingue e culture moderne" N° 11
- "Scienze dei Beni culturali" N° 13
- "Scienze della comunicazione" N° 14
- "Scienze dell'economia e della gestione aziendale" N 17
- "Scienze dell'educazione e della formazione" N 18
- "Scienze dell'amministrazione" N 19
- "Scienze e tecnologie delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda" N° 23
- "Scienze economiche" N 28
- "Filosofia" N° 29
- "Scienze geografiche" N 30
- "Scienze giuridiche" N° 31
- "Scienze e tecniche psicologiche" N 34



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

- “Scienze politiche” N° 15
- “Scienze sociologiche” N° 36
- “Scienze statistiche” N° 37
- “Scienze storiche” N° 38

2. diploma di laurea, ai sensi del DM n. 270/2004, in una delle seguenti classi:

- “Lettere” N°. L-10
- “Lingue e culture moderne” N°. L-11
- “Beni culturali” N°. L-1
- “Scienze della comunicazione” N° L-20
- “Scienze politiche e delle relazioni internazionali” N°. L-36
- “Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda” N° L-3
- “Filosofia” N° L-5
- “Scienze dei servizi giuridici” N° L-14
- “Scienze dell’economia e della gestione aziendale” L-18
- “Scienze dell’educazione e della formazione” L-19
- “Scienze dell’amministrazione e dell’organizzazione” L-16
- “Scienze economiche” L-33
- “Geografia” L-6
- “Scienze e tecniche psicologiche” L-24
- “Sociologia” L-40
- “Statistica” L-41
- “Storia” L-42

nonchè ai laureati secondo il previgente ordinamento in:

- Lettere e Filosofia
- Giurisprudenza
- Scienze politiche
- Lingue e letterature straniere

Il n° massimo degli iscritti è previsto in **25** unità.

Il n° minimo per attivare il corso è di **12** 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, verrà effettuata, da parte di una Commissione composta dal Coordinatore e da due docenti del Master, una selezione e formulata una graduatoria di merito, espressa in trentesimi determinata sulla base dei seguenti criteri di valutazione:

1. **curriculum vitae** del candidato - sino a un massimo di **5** punti:
 - sino a 2 punti per possesso di laurea specialistica/magistrale
 - sino a 2 punti per esperienze lavorative qualificanti attinenti le tematiche del master
 - sino a 1 punto per pubblicazioni inerenti le tematiche del master
2. **prova scritta** di ammissione al Master - sino ad un massimo di **15** punti.
Tale prova è volta ad accertare, coerentemente con la natura del 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. La prova scritta si intende superata con un punteggio minimo di **8** punti
3. **prova orale (colloquio personale)** di ammissione al Master – sino ad un massimo di **10** 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 **6** punti

In caso di ex aequo all’ultimo posto disponibile in graduatoria sarà ammesso il candidato più giovane di età.

In caso di rinuncia di uno o più candidati, i posti resisi disponibili saranno messi a disposizione dei candidati che compaiono nella graduatoria finale, fino ad esaurimento dei posti stessi, secondo la graduatoria di merito.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Art. 8 - Termine di presentazione delle domande di ammissione

I candidati devono inviare la domanda di ammissione secondo le modalità stabilite dal bando a decorrere **dal 18 ottobre 2013 ed entro il termine del 10 gennaio 2014**.

Possono presentare domanda di ammissione sotto condizione i candidati che conseguiranno il titolo accademico entro il termine del **20 gennaio 2014**.

In tal caso i candidati dovranno rendere, alla segreteria organizzativa, apposita dichiarazione¹ sostitutiva di certificazione relativa al possesso del titolo, il giorno successivo al conseguimento dello stesso.

Art. 9 - Allegati alla domanda di partecipazione

I candidati devono allegare alla domanda di partecipazione al master la dichiarazione² sostitutiva di certificazione/dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà relativa a quei requisiti richiesti per l'ammissione e per l'eventuale selezione, che non possono essere dichiarati nella procedura on-line e nello specifico:

- laurea specialistica
- pubblicazioni scientifiche pertinenti alle tematiche del Master
- esperienze lavorative qualificanti pertinenti le tematiche del Master, documentate e positivamente valutate

I requisiti richiesti dal bando devono essere posseduti entro il termine previsto per la presentazione della domanda di ammissione.

Art. 10 - Contributo di ammissione

L'iscritto al Master dovrà versare per l'a.a. **2013/2014** la somma di **€ 3.700,00** comprensiva di: **€ 16,00** (imposta di bollo), **€ 4,51** (quota per Assicurazione integrativa infortuni), **€ 131,00** ("Rimborso spese per servizi agli studenti"), **€ 2,00** ("Fondo cooperazione e conoscenza").

Tale importo si versa in due rate: la prima, di **€ 2.500,00**, all'atto dell'immatricolazione, la seconda, di **€ 1.200,00** entro il termine del 30/04/2014.

I pagamenti effettuati oltre i termini stabiliti comportano il versamento di un contributo di mora dell'importo stabilito dal CdA in riferimento alle previsioni del Regolamento sulla contribuzione.

Art. 11 – Sito web della segreteria organizzativa di cui all'art. 8 del bando di ammissione

Qualsiasi comunicazione ai candidati verrà resa nota mediante pubblicazione al seguente sito web del Collegio Universitario S. Caterina da Siena: santacaterina.unipv.it

Per informazioni relative all'organizzazione del corso:

Segreteria organizzativa

Collegio Universitario S. Caterina da Siena
dr.ssa Giovanna Torre
Via S. Martino 17/A - 27100 PAVIA
Tel.: 0382.375086 - 0382.375099
mail: mastereditoria@unipv.it; web: santacaterina.unipv.it

AB/NF

¹ la modulistica è scaricabile dal sito web: [Hhttp://www.unipv.eu/on-line/Home/Didattica/Post-laurea/Master/Masterlivello.html](http://www.unipv.eu/on-line/Home/Didattica/Post-laurea/Master/Masterlivello.html)

² vedasi nota 1