UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

All. I al bando di ammissione

in data 27 settembre 2011 - II GRUPPO

Art. 1 – Tipologia

L'Università degli studi di Pavia attiva, per l'a.a. 2011/2012, 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 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 destinati alla stampa, 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 più immediati sono dunque quelli legati alla gestione di contenuti e fasi della mediazione editoriale con particolare riferimento all'editoria cartacea (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).

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 / 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	20		80	100	4
2) Lettura comparata delle letterature europee L-FIL-LET/10	Esame trasversale dei più rilevanti fenomeni letterari di area europea	10		40	50	2

3)Teoria e prassi della mediazione editoriale SPS/08	Lineamenti e contenuti del lavoro editoriale come mediazione tra l'offerta degli autori e la domanda del pubblico	30		120	150	6
4) Elementi di edizione e di paratestualità L-FIL-LET/10	Strategie e tecniche di edizione. Implicazioni paratestuali	10		40	50	2
5) Elementi di diritti d'autore IUS/04	Approfondimenti normativi ed esemplificazioni di casi storici e attuali	10		40	50	2
6) 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
7) Cultura letteraria (A=15 ore + B=5 ore) L-FIL-LET/10 L-FIL-LET/13	Fondamenti culturali-letterari della produzione libraria	20		80	100	4
8) Marketing editoriale M-PSI/06	Approfondimenti teorici ed esemplificazioni pratiche. La psicologia dell'acquirente	5		20	25	1
9) Elementi di comunicazione editoriale	Presentazione dell'organizzazione e della strategia delle relazioni esterne di una casa editrice (con casi editoriali)	5		20	25	1
10) Laboratorio di impaginazione e informatica editoriale	Teoria e pratica dell'informatica applicata al libro		30	20	50	2
11) Laboratorio di redazione e verifica bozze	Metodi, regole, esemplificazioni (con esercitazioni su casi reali)		30	20	50	2
12) Laboratorio di progettazione editoriale	Teoria e pratica della progettazione di un libro		30	20	50	2
13) Laboratorio di ricerca iconografica	Il libro e l'icona: proposte metodologiche ed esempi pratici		10	15	25	1
14) Laboratorio di editing per la scolastica	Regole ed esemplificazioni di editing		20	30	50	2
15) Laboratorio di ufficio stampa	Elementi di progettazione di una campagna stampa su un prodotto editoriale		10	15	25	1
16) Laboratorio di traduzione	Cultura e regole della traduzione letteraria		20	30	50	2
17) Laboratorio di informatica umanistica e web editoriale	Tecniche informatiche per costruzione e analisi di siti web di ambito editoriale		15	10	25	1
18) Laboratorio di informazione editoriale sul web	Tecniche informatiche per raccolta e diffusione dei dati editoriali sul web.		5	20	25	1
19) Laboratorio di e-book	Applicazioni multimediali per lettura e distribuzione di contenuti editoriali in forma digitale (e-book)		10	10	25	1
20) Laboratorio di editing per la narrativa	Teoria e pratica della scrittura narrativa, con esemplificazioni e esercitazioni		20	5	25	1
21) Laboratorio di scrittura giornalistica per la comunicazione editoriale	Teoria della scrittura giornalistica. Esemplificazioni pratiche		20	30	50	2
22) Incontri con l'autore (tre tipologie)	Seminari con: A un narratore, B un narratore per bambini, C un saggista. Strategie e tecniche narrative. Rapporto autore-pubblico		(6)			

23) Incontro con l'editor	Seminario sul libro come 'prodotto': tecniche e modalità di editing		(2)			
24) Incontri con redattori (editoria letteraria, scientifica, altro genere)	Seminari con redattori su aspetti culturali, tecnici, gestionali (relazioni con autori) del lavoro redazionale		(6)			
25) Incontro con l'editore	Seminario su implicazioni culturali, socio-economiche, mass-mediatiche e politiche dell'attività editoriale		(2)			
26) Incontro con il direttore commerciale	Seminario su marketing, comunicazione rispetto al prodotto librario		(2)			
27) Incontro con il tipografo (con visita in un'azienda di stampa)	Seminario su implicazioni tecniche e culturali della stampa		(4)			
28) Incontro con l'agente letterario	Seminario sul rapporto tra autore-opera e casa editrice		(2)			
29) Incontro con l'addetto stampa	Seminario sul rapporto tra autore, casa editrice e mondo della comunicazione		(2)			
30) Incontro con l'archivista editoriale	Seminario sulle implicazioni archivistiche del prodotto librario		(2)			
31) Incontro con il distributore	Seminario su tecniche e modalità della collocazione del prodotto librario		(2)			
32) Incontro con il libraio	Seminario su tecniche e modalità di vendita del prodotto librario. I rapporti con il pubblico		(2)			
33) Incontro con il giornalista	Seminario su esperienze di giornalismo editoriale		(2)			
34) Visita a fiere/mostre librarie (Torino, Bologna o altre)			(16)			
Totale "Incontri"			**50**		**50**	2
Totale ore parziale		**120**	**270**	**710**	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 esercitazioni (con valutazione) sulle competenze acquisite nelle discipline che prevedono almeno dieci 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 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 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:**

- Classe delle lauree in “Lettere” N°.5
- Classe delle lauree in “Lingue e culture moderne” N°. 11
- Classe delle lauree in “Scienze dei Beni culturali” N°. 13
- Classe delle lauree in “Scienze della comunicazione” N° 14
- Classe delle lauree in “Scienze dell’economia e della gestione aziendale” N 17
- Classe delle lauree in “Scienze dell’educazione e della formazione” N 18
- Classe delle lauree in “Scienze dell’amministrazione” N 19
- Casse delle lauree in “Scienze e tecnologie delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda” N° 23
- Classe delle lauree in “Scienze economiche” N 28
- Classe delle lauree in “Filosofia” N° 29
- Classe delle lauree in “Scienze geografiche” N 30
- Classe delle lauree in “Scienze giuridiche” N° 31
- Classe delle lauree in “Scienze e tecniche psicologiche” N 34
- Classe delle lauree in “Scienze politiche” N° 15
- Classe delle lauree in “Scienze sociologiche” N 36
- Classe delle lauree in “Scienze statistiche” N° 37
- Classe delle lauree in “Scienze storiche” N° 38

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

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

nonché 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 n° 25 unità.
Il n° minimo per attivare il corso è di n° 12 iscritti.

Il Collegio docenti potrà 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 centesimi, determinata sulla base dei seguenti criteri di valutazione:

1. **Fino ad un massimo di punti 30 per curriculum così ripartiti:**
   - sino ad un massimo di 15 punti per il possesso di laurea specialistica, corsi di aggiornamento o specializzazioni inerenti la tematica del Master
     - 2 punti per la laurea specialistica
     - 1 punto per corso/specializzazione
   - esperienze lavorative, attinenti la tematica del Master, documentate e positivamente valutate
     - 15 punti per esperienze di alta attinenza
     - 10 punti per esperienze di media attinenza
     - 5 punti per esperienze di bassa attinenza

2. **Fino ad un massimo di punti 50 per voto di laurea così ripartito:**

- voto di 110/110 e lode	punti 50
- voto compreso tra 106 e 110/110	punti 40
- voto compreso tra 101 e 105/110	punti 30
- voto compreso tra 95 e 100/110	punti 20
- voto fino a 94/110	punti 10

3. **Fino ad un massimo di punti 20 per pubblicazioni scientifiche o altro titolo pertinente, giudicati congrui con l'argomento del Master :**
   - 5 punti per volume
   - 2 punti per saggio o articolo

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.

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 5 ottobre 2011** ed **entro il termine del 10 gennaio 2012.**

Art. 9 - Allegati alla domanda di partecipazione

I candidati devono allegare alla domanda di partecipazione al master la dichiarazione[1] sostitutiva di certificazione relativa ai requisiti richiesti per l'ammissione e per l'eventuale selezione:

- laurea specialistica, corsi di aggiornamento o specializzazioni inerenti le tematiche del master
- pubblicazioni scientifiche o altri titoli pertinenti alle tematiche del Master
- esperienze lavorative attinenti la tematica del Master, documentate e positivamente valutate

Tali requisiti 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. 2011/2012 la somma di **€ 3.700,00** comprensiva di: € 14,62 (imposta di bollo), € 6,90 (quota per Assicurazione integrativa infortuni), € 127,00 ("*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 **30/04/2012.**

I pagamenti effettuati oltre tale termine comportano il versamento di un contributo di mora dell'importo di € 76,00.

[1] *la modulistica è scaricabile dal sito web H*http://www.unipv.eu/on-line/Home/Didattica/Post-laurea/Master/MasterIlivello.htmlH

Art. 11 – Sito web della segreteria organizzativa di cui all'art. 7 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
Via S. Martino 17 a-b, 27100 Pavia
dr.ssa Giovanna Torre
Tel. 0382.375099/86 Fax 0382.24108 – E-mail: mastereditoria@unipv.it