



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

Allegato D al Bando di Ammissione

pubblicato il 13/10/2017

ART. 1 - TIPOLOGIA	1
ART. 2 - OBIETTIVI FORMATIVI, SBocchi PROFESSIONALI E ATTRATTIVITÀ DEL CORSO	1
ART. 3 - ORDINAMENTO DIDATTICO	2
ART. 4 – VALUTAZIONE DELL’APPRENDIMENTO	4
ART. 5 - CONSEGUIMENTO DEL TITOLO	4
ART. 6 - DOCENTI	4
ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE	4
ART. 8 - TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE DI AMMISSIONE	6
ART. 9 - ALLEGATI ALLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE	6
ART. 10 – TASSE E CONTRIBUTI.....	6
ART. 11 – SITO WEB DELLA SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DI CUI ALL’ART. 8 DEL BANDO DI AMMISSIONE	6
DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE	7

ART. 1 - TIPOLOGIA

L’Università degli Studi di Pavia attiva, per l’a.a. 2017/2018, presso il Collegio Universitario “S. Caterina da Siena”, il master universitario di I livello in **“Professioni e Prodotti dell’editoria”**.

Edizione: XI

Area di afferenza: umanistica; giornalismo e informazione

ART. 2 - OBIETTIVI FORMATIVI, SBocchi PROFESSIONALI E ATTRATTIVITÀ 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).

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).

Il master nel corso di queste prime dieci edizioni, in via sempre crescente, si è annoverato tra i migliori master italiani in tema editoriale, risultando frequentato da studenti provenienti da ogni parte d’Italia. La segreteria organizzativa del master (mastereditoria@unipv.it) è divenuta punto di riferimento per gli uffici HR dei principali gruppi editoriali e case editrici indipendenti italiane nella ricerca dei candidati qualificati per posizioni lavorative aperte. Fornisce pertanto costante servizio di *placement* agli studenti, anche delle passate edizioni.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

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 e 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.

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/Settori scientifico-disciplinari (SSD)	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	15		35	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	30		120	150	6
3) Elementi di paratesto nell'editoria per ragazzi L-FIL-LET/10	Strategie e tecniche di edizione. Implicazioni paratestuali nell'editoria per ragazzi	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 e ricerca in ambito umanistico L-FIL-LET/10 L-FIL-LET/12	Fondamenti culturali-letterari della produzione libraria	15		35	50	2
7) Elementi di marketing editoriale M-PSI/06	Approfondimenti teorici ed esemplificazioni pratiche. La psicologia dell'acquirente	10		40	50	2
8) Laboratorio di revisione editoriale della traduzione L-LIN /02	Cultura e regole della traduzione letteraria	20		55	75	3



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

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 B. scolastica= 12 ore C. turistica/illustrati= 10 ore	Regole ed esemplificazioni di editing		30	45	75	3
14) Laboratorio di ufficio stampa e social media (A=5 ore; B=5 ore; C=15 ore)	A) Esperienza e gestione campagna stampa B) Gestione mailing list e festival-eventi C) ufficio stampa web		25	25	50	2
15) Laboratorio di contenuti on line (librario e periodici) (A=10 ore; B=10)	A) Siti web di ambito editoriale B) 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 e 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		(2)			



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

	editrice e mondo della comunicazione					
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 librerie (Torino, Milano o altre)			(20)			
Totale "Incontri" – dal mod. 21 al mod. 31			50		50	2
Totale ore parziale		115	280	705	1100	44
Tirocinio-Stage					400	16
Totale ore					1500	60

ART. 4 – VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

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, e una prova finale consistente in una tesi elaborata sotto la supervisione di uno dei docenti e con la sua approvazione, presentata al Collegio Docenti per la valutazione.

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 di un esame finale scritto di cui all'art. 4, 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 - 5
- Lingue e culture moderne - 11
- Scienze dei Beni culturali – 13
- Scienze della comunicazione - 14
- Scienze dell'economia e della gestione aziendale - 17
- Scienze dell'educazione e della formazione - 18
- Scienze dell'amministrazione - 19
- Scienze e tecnologie delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda - 23
- Scienze economiche - 28
- Filosofia - 29
- Scienze geografiche - 30
- Scienze giuridiche - 31



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

- Scienze e tecniche psicologiche - 34
 - Scienze politiche - 15
 - Scienze sociologiche - 36
 - Scienze statistiche - 37
 - Scienze storiche - 38
2. diploma di laurea, ai sensi del DM n. 270/2004, in una delle seguenti classi:
- Lettere L-10
 - Lingue e culture moderne L- 11
 - Beni culturali L-1
 - Scienze della comunicazione L-20
 - Scienze politiche e delle relazioni internazionali L-36
 - Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda L-3
 - Filosofia L-5
 - Scienze dei servizi giuridici 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

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° 15 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 trentesimi determinata sulla base dei seguenti criteri di valutazione:

1. **Esperienze di studio, culturali e lavorative** del candidato, in forma di autocertificazione utilizzando esclusivamente il modulo in coda al presente documento - sino a un massimo di 6 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 esperienze culturalmente significative;
 - sino a 1 punto per pubblicazioni inerenti le tematiche del master.
2. **prova scritta** di ammissione al Master - sino 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.
3. **prova orale (colloquio personale)** di ammissione al Master – sino ad un massimo di 6 punti.
La prova è tesa a verificare la solidità delle motivazioni e la maturità di atteggiamento del candidato.

In caso di parità di punteggio in graduatoria prevale il candidato anagraficamente più giovane.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

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 debitamente sottoscritta, unitamente al modulo di cui all'art.9**, secondo le modalità stabilite dal bando a decorrere dal **13 ottobre 2017 ed entro il termine del 15 gennaio 2018**.

ART. 9 - ALLEGATI ALLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE

I candidati devono allegare alla domanda di partecipazione al master la dichiarazione 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, **utilizzando esclusivamente il modulo in coda a questo allegato**.

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

ART. 10 – TASSE E CONTRIBUTI

Immatricolazione:

L'iscritto al Master dovrà versare per l'a.a. 2017/2018 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: la prima, di € 2.000,00, all'atto dell'immatricolazione, la seconda, di € 1.700,00 entro il termine del 02/05/2018.

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 in marca da bollo da € 16,00 ed effettuare il versamento di € 100,00¹ (di cui € 16,00 quale imposta di bollo sulla pergamena assolta in modo virtuale) quale contributo per il rilascio della pergamena.

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: <http://www.collegiosantacaterina.it/>

Per informazioni relative all'organizzazione del corso e alla Didattica:

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DEL MASTER

Collegio Universitario S. Caterina da Siena

- dr.ssa Giulia Antoniotti sotto la direzione della Rettrice avv. Giovanna Torre
Tel.: 0382.375086 - 0382.375081
e-mail: mastereditoria@unipv.it - rettrice@collegiosantacaterina.it web: www.mastereditoria.it

¹ Il pagamento va effettuato tramite MAV seguendo la medesima procedura descritta per il versamento del contributo di ammissione. Si fa presente che l'importo potrebbe essere aggiornato con delibera del Consiglio di Amministrazione *in data successiva* alla pubblicazione del presente bando.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE

(Art. 46 D.P.R. 28 dicembre 2000 n° 445)

MASTER IN "PROFESSIONI E PRODOTTI DELL'EDITORIA"

(Il modulo compilato deve essere inviato insieme alla domanda di partecipazione compilata online come indicato all'art.9 del presente allegato)

Il/La sottoscritto/a _____

nato/a a _____ il _____

residente a _____ indirizzo _____

preventivamente ammonito/a sulle responsabilità penali in cui può incorrere in caso di dichiarazione mendace e consapevole di decadere dai benefici conseguenti al provvedimento emanato sulla base della dichiarazione non veritiera (artt. 75 e 76 D.P.R. 28 dicembre 2000 n° 445),

DICHIARA

di avere conseguito il seguente titolo **di secondo livello nelle Classi indicate nell'articolo 7 punto 1:**

Laurea specialistica Laurea magistrale

Classe: _____

Corso _____

conseguita presso l'Università di: _____

in data _____ con votazione _____

