

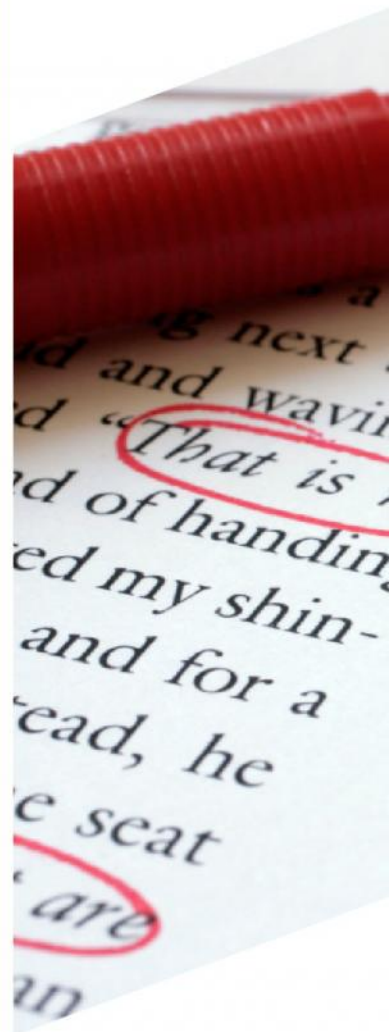
30 novembre
1|2 dicembre
ore 9⁰⁰ – 18⁰⁰

CORSO DI COMUNICAZIONE EDITORIALE E PROMOZIONE DEL LIBRO



La comunicazione editoriale e la promozione del libro riguarda tutte quelle fasi che lo portano “fuori” dalla casa editrice e lo fanno vivere tra la gente. Il nostro corso mira a fornire conoscenze e competenze specifiche per lavorare nell’area marketing e comunicazione di una casa editrice (area commerciale e marketing, ufficio stampa

e eventi). Dalla definizione teorica degli strumenti del marketing umanistico-culturale si passerà alla creazione e definizione di un vero e proprio piano di comunicazione. Senza tralasciare due attività fondamentali: la creazione e la gestione di un ufficio stampa e gli strumenti del marketing editoriale 2.0.



Moduli

Il mondo dell'editoria

- La codifica dei generi letterari e il successo editoriale
- La nascita dei best seller e sulle leggi a cui risponde: best seller annunciati e best seller per caso
- I long seller: casi editoriali e la tenuta dei libri nel tempo
- Gli esordienti

Editoria di progetto ed editoria di servizio

- La geografia dell'editoria
- I grandi editori italiani
- Gli editori emergenti
- L'editoria italiana e il confronto con la case editrici internazionali

L'ufficio stampa e la comunicazione della casa editrice con l'esterno

- Analisi della stampa periodica: luoghi e persone che si occupano di libri editoria
- Il ruolo dell'ufficio stampa e le strategie di comunicazione editoriale;
- Analisi dei target multimediali, dei gusti e delle esigenze dei giornalisti e delle testate a cui inviare la comunicazione
- Il comunicato stampa, la cartella stampa, intervista, conferenza stampa, il rapporto con i giornalisti e con gli autori
- Il lancio e la tenuta di un libro: l'anticipazione, la pubblicità, la tenuta delle

vendite, le classifiche

- Gli strumenti e le tecniche dell'addetto all'ufficio stampa: i database e l'invio elettronico di informazioni
- Il feedback
- La comunicazione sui social network

Il diritto d'autore.

Inquadramento normativo

La promozione, la distribuzione e la vendita

- L'attuazione del piano editoriale
- Strategie di marketing, la segmentazione del mercato
- La promozione delle novità editoriali, dall'editore al libraio
- Il ruolo del promotore

30 novembre
1|2 dicembre
ore 9⁰⁰ – 18⁰⁰

**CORSO DI
COMUNICAZIONE
EDITORIALE E
PROMOZIONE DEL LIBRO**

Informazioni e costi

info@edity.it
www.edity.it
Ruggero D'Amico
3895537508
Palermo
Quota di iscrizione:
€ 299,00

Cosa comprende la quota di iscrizione?

Accesso al workshop
Accesso a coffee break e pranzo
Kit di benvenuto
Attestato di partecipazione

