

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Definire il progetto editoriale sulla base della ricerca e valutazione del target di riferimento, della tiratura e dei canali di distribuzione del prodotto editoriale tenendo conto delle linee guida della casa editrice

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Definizione del progetto editoriale: **5 casi**

Dimensione 2 - Stesura della proposta di progetto editoriale: **1 caso**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Elaborare i preventivi per la realizzazione del progetto editoriale a partire dalla valutazione delle condizioni di fattibilità (es. incisività dell'idea editoriale, analisi dei prodotti concorrenti, ecc.) e dei tempi di realizzazione, delle risorse umane e dei fornitori necessari

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Valutazione delle condizioni di fattibilità del prodotto editoriale: **3 casi**

Dimensione 2 - Valutazione dei tempi di realizzazione del prodotto editoriale: **2 casi**

Dimensione 3 - Valutazione delle risorse umane e dei fornitori necessari per la realizzazione del prodotto editoriale: **1 caso**

Dimensione 4 - Realizzazione dei preventivi del progetto editoriale: **1 caso**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 3 - Definire la configurazione del prodotto editoriale (aspetti di contenuto e di forma)

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Definizione della struttura del prodotto editoriale: **3 casi**

Dimensione 2 - Definizione del progetto grafico del prodotto editoriale: **4 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Definire il progetto editoriale sulla base della ricerca e valutazione del target di riferimento, della tiratura e dei canali di distribuzione del prodotto editoriale tenendo conto delle linee guida della casa editrice

1 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE

Grado di complessità 2

1.2 ANALISI DELLE ESIGENZE DELL'EDITORE

Identificare con l'editore le caratteristiche base del progetto editoriale (es. collana o opera; romanzo o saggio; per ragazzi o per adulti), delle risorse economiche a disposizione e dei tempi di rilascio, delineando una prima ipotesi (o set di ipotesi) nel rispetto delle linee guida generali della casa editrice.

1.2 ANALISI DEL MERCATO EDITORIALE

Analizzare le caratteristiche e le tendenze del mercato editoriale per individuare i progetti editoriali più promettenti, sulla base delle prime ipotesi delineate con l'editore, utilizzando gli specifici strumenti di marketing o effettuando delle indagini ad hoc.

1.2 INDIVIDUAZIONE DEL TARGET DI RIFERIMENTO

Individuare il target di riferimento del progetto editoriale sulla base delle specifiche fornite dall'editore, valutando le preferenze del target rispetto alle caratteristiche del prodotto editoriale (es. target giovani: preferenza per il prodotto editoriale digitale, utilizzo di immagini o disegni, ...).

Grado di complessità 1

1.1 DEFINIZIONE DELLA TIRATURA

Definire la tiratura ottimale sulla base di progetti analoghi già realizzati e del target di riferimento o con opportune ricerche, secondo le specifiche tecnico-economiche concordate con l'editore.

1.1 INDIVIDUAZIONE DEI CANALI DI DISTRIBUZIONE

Valutare i canali di distribuzione più efficaci sulla base di progetti analoghi già realizzati o con opportune ricerche tenendo conto del target di riferimento e del tipo di progetto editoriale.

2 - STESURA DELLA PROPOSTA DI PROGETTO EDITORIALE

Grado di complessità 1

ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

2.1 PREDISPOSIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE

Predisporre il progetto editoriale sulla base delle caratteristiche individuate, proponendo eventuali alternative, nel rispetto delle specifiche tecnico-economiche concordate con l'editore, utilizzando appositi software.

ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Software per il digital marketing (es. per l'analisi e il monitoraggio della concorrenza, per la mappatura del mercato e del benchmarking)
- Software per la progettazione editoriale
- Linee guida della casa editrice
- Tipologie di prodotti editoriali tradizionali ed elettronici
- Report di settore
- Possibili target di riferimento e loro caratteristiche
- Indicazioni su trend di specifici mercati editoriali

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodologie, tecniche e operatività di analisi del mercato editoriale
- Operatività di analisi dei requisiti tecnico-economici
- Tecniche e operatività di analisi e valutazione del target di riferimento
- Tecniche e operatività di analisi e valutazione dei canali di distribuzione
- Tecniche e operatività di definizione della tiratura ottimale
- Operatività di redazione di progetti editoriali

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Progetto editoriale concordato con l'editore
- Specifiche tecnico-economiche definite

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Le metodologie e le tecniche di analisi di mercato di un progetto editoriale
2. Le tipologie di target di riferimento dei prodotti editoriali
3. Le tipologie dei canali di distribuzione dei prodotti editoriali

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: sulla base delle linee guida della casa editrice e di specifiche economiche predeterminate, definire un set di tre possibili progetti editoriali per un target di riferimento dato
2. Prova prestazionale: sulla base delle linee guida della casa editrice e dell'analisi di prodotti concorrenti, proporre un progetto editoriale innovativo individuando i canali di distribuzione più

ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

efficaci

3. Colloquio tecnico sulle modalità di definizione della tiratura ottimale
4. Colloquio tecnico sulle modalità di analisi del mercato editoriale

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Elaborare i preventivi per la realizzazione del progetto editoriale a partire dalla valutazione delle condizioni di fattibilità (es. incisività dell'idea editoriale, analisi dei prodotti concorrenti, ecc.) e dei tempi di realizzazione, delle risorse umane e dei fornitori necessari

1 - VALUTAZIONE DELLE CONDIZIONI DI FATTIBILITÀ DEL PRODOTTO EDITORIALE

Grado di complessità 3

1.3 VALUTAZIONE DELL'INCISIVITÀ DEL PROGETTO EDITORIALE

Valutare l'incisività del progetto editoriale mediante apposite indagini di mercato o effettuando confronti con progetti analoghi.

Grado di complessità 2

1.2 CONFRONTO DEL PROGETTO EDITORIALE CON PRODOTTI CONCORRENTI ANALOGHI

Confrontare il progetto editoriale con prodotti concorrenti analoghi presenti sul mercato per la valutazione delle caratteristiche preferite dal target di riferimento del progetto editoriale.

Grado di complessità 1

1.1 INDIVIDUAZIONE DEI VINCOLI DEL PROGETTO EDITORIALE

Individuare eventuali vincoli tecnico-economici imposti dal committente o dal mercato di riferimento valutando l'effettiva realizzabilità esecutiva del progetto editoriale.

2 - VALUTAZIONE DEI TEMPI DI REALIZZAZIONE DEL PRODOTTO EDITORIALE

Grado di complessità 2

2.2 VALUTAZIONE DELLE TEMPISTICHE

Valutare le tempistiche di esecuzione necessarie per realizzare il progetto editoriale (o un set di possibili progetti editoriali) proposto/i sulla base delle specifiche di progetto.

Grado di complessità 1

2.1 REDAZIONE DEL PIANO DELLE TEMPISTICHE

ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

Redigere il piano preventivo delle tempistiche di esecuzione del progetto editoriale (o dei progetti) proposto(i), utilizzando apposito modulo o software.

3 - VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE E DEI FORNITORI NECESSARI PER LA REALIZZAZIONE DEL PRODOTTO EDITORIALE

Grado di complessità 1

3.1 INDIVIDUAZIONE DELLE RISORSE COINVOLTE

Valutare tutte le risorse necessarie (es. collaboratori interni ed esterni, fornitori) alla realizzazione esecutiva del progetto editoriale proposto.

4 - REALIZZAZIONE DEI PREVENTIVI DEL PROGETTO EDITORIALE

Grado di complessità 1

4.1 STESURA DEI PREVENTIVI DEL PROGETTO EDITORIALE

Realizzare i preventivi del progetto editoriale

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Software per il digital marketing (es. per l'analisi e il monitoraggio della concorrenza, per la mappatura del mercato e del benchmarking)
- Software di progettazione editoriale
- Software per la realizzazione di preventivi
- Moduli per la compilazione di preventivi
- Linee guida della casa editrice
- Progetto editoriale concordato con l'editore
- Specifiche tecnico-economiche
- Elenco fornitori
- Report di settore
- Indicazioni su trend di specifici mercati editoriali
- Possibili target di riferimento e loro caratteristiche

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodologie, tecniche e operatività di analisi del mercato editoriale
- Operatività di analisi dei requisiti tecnico-economici
- Tecniche e operatività di analisi e valutazione del target di riferimento
- Tecniche e operatività di analisi e valutazione dei canali di distribuzione
- Tecniche e operatività di definizione della tiratura ottimale
- Tecniche e operatività di valutazione delle tempistiche di realizzazione del progetto editoriale
- Tecniche e operatività di predisposizione di preventivi

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Report di valutazione della fattibilità del progetto editoriale
- Preventivi di realizzazione del progetto editoriale predisposti
- Report di progettazione e di pianificazione delle risorse predisposto

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

- 1.** Le metodologie e le tecniche di valutazione della condizioni di fattibilità del progetto di prodotto editoriale
- 2.** Le tecniche di valutazione delle risorse, dei fornitori e delle tempistiche per la realizzazione del prodotto editoriale
- 3.** Le modalità di stesura di preventivi e di report di progettazione e pianificazione della

ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

realizzazione di un progetto grafico

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: sulla base delle specifiche tecnico-economiche e di un progetto editoriale proposto, calcolo dei preventivi e delle tempistiche di realizzazione
2. Prova prestazionale: valutazione dell'incisività di un progetto editoriale dato rispetto a prodotti analoghi
3. Colloquio tecnico sulle modalità di valutazione dei tempi di realizzazione, delle risorse umane e dei fornitori necessari per la realizzazione di un progetto grafico

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Definire la configurazione del prodotto editoriale (aspetti di contenuto e di forma)

1 - DEFINIZIONE DELLA STRUTTURA DEL PRODOTTO EDITORIALE

Grado di complessità 1

1.1 DEFINIZIONE DEL FORMATO DELLE PAGINE

Definire le specifiche per la realizzazione del formato delle pagine progetto editoriale (es. colori, tipo di carta, grammatura, tipo copertina, gabbie grafiche) secondo le specifiche tecnico-economiche del progetto editoriale.

1.1 DEFINIZIONE DEL FORMATO DEL PROGETTO EDITORIALE

Definire le specifiche per la realizzazione del progetto editoriale secondo le dimensioni, l'orientamento, il numero di pagine nel rispetto delle specifiche tecnico-economiche del progetto editoriale.

1.1 DEFINIZIONE DEL FORMATO DELLA COPERTINA

Definire le specifiche per la realizzazione della copertina del progetto editoriale (es. patinatura, grammatura, eventuale nobilitazione o plastificazione) secondo le specifiche tecniche del progetto editoriale.

2 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO GRAFICO DEL PRODOTTO EDITORIALE

Grado di complessità 4

2.4 DEFINIZIONE DELLE GABBIE GRAFICHE

Definire le gabbie grafiche per l'organizzazione dei contenuti (testo, immagini, tabelle), l'eventuale suddivisione dei testi in colonne, prevedendo i giusti spazi e ottimizzando l'inserimento dei contenuti, in accordo con le specifiche tecnico-estetiche del progetto editoriale, utilizzando appositi software di impaginazione digitale o mediante tecniche grafiche manuali.

Grado di complessità 3

2.3 DEFINIZIONE DEI CARATTERI E DELLO STILE

Definire i set di caratteri (font, dimensioni, spaziatura), le proporzioni di ingombro tra testo, immagini e altri elementi grafici ottimizzando il formato nel rispetto delle specifiche tecniche del

ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

progetto editoriale.

Grado di complessità 2

2.2 DEFINIZIONE DELLA STRUTTURA DEL LIBRO

Definire la struttura del libro nelle sue componenti (es. copertina, seconda-terza-quarta di copertina, occhiello, frontespizio, colophon) secondo le specifiche tecniche del progetto editoriale.

Grado di complessità 1

2.1 DEFINIZIONE DEGLI ASSET DIGITALI

Definire gli asset digitali (es. media digitali e interfaccia grafica) da utilizzare per realizzazione del progetto editoriale.

ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Report di valutazione della fattibilità del progetto editoriale
- Report di progettazione e di pianificazione delle risorse
- Software di grafica editoriale
- Linee guida della casa editrice
- Progetto editoriale concordato con l'editore
- Specifiche tecnico-estetiche del prodotto editoriale
- Norme e standard di settore

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodologie, tecniche e operatività di configurazione dei prodotti editoriali
- Operatività di analisi dei requisiti tecnico-estetici
- Tecniche e operatività di definizione della struttura di un prodotto editoriale
- Tecniche e operatività di definizione dei set di font, delle dimensioni e delle spaziature da utilizzare
- Tecniche e operatività di definizione delle gabbie grafiche
- Tecniche e operatività di definizione degli asset digitali necessari

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Prodotto editoriale configurato

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Le tipologie di gabbia grafica
2. Le metodologie di scelta dei font e del formato dei testi
3. Un set di possibili configurazioni di prodotto editoriale (libro)
4. Un set di possibili configurazioni di copertine

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: sulla base delle specifiche di un progetto editoriale proposto, definizione della struttura generale, della copertina, della gabbia grafica, dei set di font e degli asset digitali
2. Colloquio tecnico sulle modalità di definizione del progetto grafico di un prodotto editoriale

ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

FONTI

AA.VV., Manuale di tecnologia grafica, volumi I e II, Scuola Grafica e Cartaria "San Zeno" di Verona,
<https://www.enipg.it/>

Documenti tecnici TAGA Italia, <https://www.tagaitalia.it/>