

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

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

2.1 PREDISPOSIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE

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

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 efficaci
3. Colloquio tecnico sulle modalità di definizione della tiratura ottimale

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

4. Colloquio tecnico sulle modalità di analisi del mercato editoriale

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

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/>