



# BOOK MANAGEMENT

## MARKETING E COMUNICAZIONE PER L'IMPRESA EDITORIALE

Roma, Università Tor Vergata



Master Universitario  
in Economia e Gestione  
della Comunicazione  
e dei Media  
MacroArea di Economia  
Università di Roma Tor Vergata

In collaborazione con:



*edizioni e/o*



### MODULO I - L'IMPRESA, IL MARKETING E LA COMUNICAZIONE: UN SISTEMA INTEGRATO PER L'EDITORIA (16 ORE)

**1 ottobre 2015**

ore 9.30-13.30

**Come funziona una casa editrice: processi produttivi e attori coinvolti.**

Sandro Ferri, fondatore e editore di edizioni E/O

ore 14.30-18.30

**Il mercato dell'editoria cartacea e digitale in Italia e all'estero: storia, numeri, funzionamento.**

Sandro Ferri, fondatore e editore di edizioni E/O

**2 ottobre 2015**

ore 9.30- 11.30

**Il Marketing e la Comunicazione tradizionali ed innovativi: L'impresa comunicante: teoria e casi.**

Prof. agg. Simonetta Pattuglia - Docente di Marketing Comunicazione Media, Università di Roma Tor Vergata

ore 11.30-13.30

**Strategie e Strumenti di Comunicazione e Marketing.**

Prof. agg. Simonetta Pattuglia - Docente di Marketing Comunicazione Media, Università di Roma Tor Vergata

ore 14.30-16.30

**Lo scenario: introduzione al Sistema Impresa e l'orientamento all'ambiente. La PESTEL Analysis.**

Prof. Sergio Cherubini - Docente di Marketing, Università di Roma Tor Vergata

ore 16.30-18.30

**L'Impresa: Le funzioni dell'impresa. Il ruolo del marketing. il posizionamento competitivo.**

**La SWOT Analysis**

Prof. Sergio Cherubini - Docente di Marketing, Università di Roma Tor Vergata

## MODULO II - MARKETING PER L'EDITORIA (16 ORE)

**9 ottobre 2015**

ore 9.30- 13.30

**Cosa vendere, a chi vendere, come vendere: introduzione al marketing strategico e operativo nell'impresa editoriale.**

Gianluca Catalano, direttore commerciale edizioni E/O

ore 14.30-18.30

**La promozione dei libri: sistema distributivo e promozionale, rete commerciale, rapporti con le librerie.**

Maura Romeo, direttore commerciale minimum fax

**10 ottobre 2015**

ore 9.30- 11.30

**La distribuzione digitale**

Marco Ghezzi, cofondatore Bookrepublic

ore 11.30-13.30

**Nuove forme di editoria: ebook, self-publishing, piattaforme di publishing, media convergenti.**

Marco Ghezzi, cofondatore Bookrepublic

ore 14.30-18.30

**Il conto economico di un libro (di carta e digitale)**

Marco Ghezzi, cofondatore Bookrepublic

## MODULO III - COMUNICAZIONE PER L'EDITORIA (24 ORE)

**22 ottobre 2015**

ore 9.30- 13.30

**Identità di una casa editrice: come comunicare linea editoriale, identità di collana e specificità di ogni titolo - prima parte**

Ester Hueting/Giulio Passerini, comunicazione edizioni e/o

ore 14.30-16.30

**Identità di una casa editrice: come comunicare linea editoriale, identità di collana e specificità di ogni titolo - seconda parte**

Ester Hueting/Giulio Passerini, comunicazione edizioni e/o  
ore 16.30-18.30

**La collaborazione con l'autore e la programmazione degli eventi.**

Ester Hueting/Giulio Passerini, comunicazione edizioni e/o

**23 ottobre 2015**

ore 9.30- 13.30

**Ufficio stampa fra giornali cartacei e web**

Alessandro Grazioli, responsabile ufficio stampa e comunicazione minimum fax

ore 14.30-18.30

**La comunicazione web: web content, siti e blog letterari, social media**

Valentina Aversano - Social Media Manager minimum fax e caporedattrice di minima&moralia  
Michele Orti Manara - Social Media Manager Adelphi

**24 ottobre 2015**

ore 9.30- 13.30

**Storytelling**

Matteo Brambilla - responsabile contenuti, Bookrepublic

ore 14.30-18.30

**Social Media Management**

Letizia Sechi - Social Media & Digital Content Manager, RCS Libri

Sede delle lezioni:  
Salotto della Biblioteca  
di Economia  
Università di Roma Tor Vergata  
Via Columbia 2, 00133 Roma

informazioni:  
[www.economia.uniroma2.it/comunica&media](http://www.economia.uniroma2.it/comunica&media)  
[murredda@economia.uniroma2.it](mailto:murredda@economia.uniroma2.it)

[corsi.lotto49.it](http://corsi.lotto49.it) • [formazione@lotto49.it](mailto:formazione@lotto49.it)