



TECNICO ESPERTO DI PROGETTAZIONE EDITORIALE E SCRITTURA PROFESSIONALE - Percorso formativo riservato al canale universitario

Settore ISFOL: 11 - GRAFICA FOTOGRAFIA CARTOTECNICA

SubSettore ISFOL: 1104 - Editoria

Codice Profilo: 1104103

Descrizione

E' una professionalità che opera nel settore dell'editoria ed è in grado di rielaborare, rivedere e revisionare testi d'autore (tecnici, informativi e creativi) attraverso l'impiego di tecnologie informatiche e di strumenti innovativi. Interviene nella gerarchizzazione e omogeneizzazione dei testi, nella strutturazione e organizzazione dei titoli e nella paragrafatura nel rispetto della tipologia dei criteri di pubblicazione cartacea e digitale.

Codice ISFOL (comparto)

1104 - Editoria

Codice ATECO

DE22 - EDITORIA, STAMPA E RIPRODUZIONE DI SUPPORTI REGISTRATI

Tipologia: Modulo Professionalizzante

Livello europeo qualifica: IV.c

Riferimenti normativi

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (BASE)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di valutare gli interlocutori e i contesti del processo comunicativo; essere in grado di riconoscere le varie tipologie testuali e saper comprendere l'organizzazione gerarchica dei testi.	La teoria della comunicazione semiotica: elementi di teoria della linguistica, le funzioni comunicative del linguaggio, le diverse tipologie della testualità.
2	Conoscere e saper controllare le problematiche della lingua italiana scritta; essere in grado di padroneggiare l'architettura, la varietà e gli stili della lingua italiana contemporanea.	La linguistica testuale e la linguistica italiana: il rapporto fra lingua scritta e lingua parlata, le caratteristiche dell'italiano neostandard.
3	Essere in grado di usare internet e gli strumenti multimediali e telematici in prospettiva testuale ed operativa con marcatura XML (extended Mark-up language).	Il giornalismo e la comunicazione on-line; la comunicazione multimediale: la codifica digitale, la rappresentazione e la sovrarappresentazione delle informazioni.
4	Conoscere il quadro giuridico e normativo in campo editoriale e giornalistico.	La Legislazione sul copyright, le norme relative al giornalismo e all'editoria.

5	Essere in grado di impostare ricerche a carattere bibliografico e archivistico.	La bibliografia e biblioteconomia: elementi di storia e della classificazione del libro a stampa; i repertori cartacei e digitali.
---	---	--

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TECNICO-PROFESSIONALI)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di padroneggiare le competenze di content manager.	Le strategie codificate di gestione di software, di modifica, di semplificazione e di uniformazione dei contenuti; E-writing e scrittura del web: leggerezza, rapidità, esattezza, visibilità, molteplicità.
2	Essere in grado di rielaborare, di rivedere e di adattare un testo per la stampa, inclusa l'abilità di saper correggere le bozze, di saper valutare la coerenza generale della pubblicazione (verifica della corretta correlazione fra parti scritte e immagini) e di saper predisporre indici, indici analitici, note e bibliografie.	Le metodologie di editing: la rielaborazione e la revisione editoriale. Gli strumenti di progettazione grafica: vettoriale, editoriale e multimediale.
3	Essere in grado di impaginare secondo gli standard tipografici.	La metodologia della progettazione e della tecnica dell'impaginazione.
4	Essere in grado di gestire strumenti multimediali e ipertesti in ambito aziendale pubblico e privato.	L'informatica per le scienze umane: videoscrittura ed elaborazione del testo, ipertesti, disegno e trattamento dell'immagine in ambiente elettronico.
5	Essere in grado di promuovere l'immagine di aziende pubbliche e private attraverso la resa più efficace dello stile per conquistare, mantenere e stimolare l'attenzione del destinatario.	Il business writing: l'analisi delle tecniche di semplificazione e di organizzazione della scrittura.

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TRASVERSALI)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di interagire e di comunicare nell'ambiente di lavoro; saper progettare e organizzare i processi lavorativi.	Le pubbliche relazioni, la comunicazione aziendale e il project management: nozioni tecniche e pratiche di comunicazione interpersonale e di gruppo; la comunicazione persuasiva ed efficace; analisi degli aspetti organizzativi e gestionali del processo innovativo.
2	Essere in grado di promuovere la comunicazione esterna di enti e di aziende.	L'ufficio stampa e la comunicazione pubblica e d'impresa: la comunicazione esterna, la comunicazione interna, la comunicazione pubblicitaria, la comunicazione sociale e il supporto al Marketing.

Durata minima (ore): 500

Requisiti di ingresso

Titoli di istruzione	Qualifiche professionali conseguite mediante percorso/i formativo/i	Eventuali altri requisiti aggiuntivi rispetto ai titoli di studio/formazione
a) ISTRUZIONE SECONDO CICLO: (titolo attestante il compimento del percorso relativo al secondo ciclo dell'istruzione (sistema dei licei o sistema dell'istruzione e formazione professionale))		Iscrizione Università degli Studi corso di laurea di 1° livello area umanistica.

Sbocchi occupazionali

*Industrie culturali (editoria, cinema, teatro, radio, televisione, nuovi media), aziende di produzione di servizi (agenzie pubblicitarie, enti pubblici) aziende private che svolgono attività di comunicazione e relazioni pubbliche, pubblica amministrazione.

Professionalità docente

*Docenti esperti di scrittura, di linguistica e, in particolare, di linguistica italiana; esperti del settore dell'editoria e del mondo della comunicazione.

Attrezzature e sussidi didattici

Note

*Sono riconosciuti 37 crediti formativi universitari (C.F.U.). Sono previste 485 ore di autoformazione.