

Editoria digitale: un corso per le piccole e medie case editrici

Marco Ciarrocchi, Project Manager @ FOR.COM.

Workshop nazionale
«Cittadinanza, creatività e didattica nell'era digitale»
Roma, 13 giugno 2013



Education and Culture DG
Lifelong Learning Programme

Uno sguardo su E2...

- **Informazioni generali**
- **I partner**
- **Scopo del progetto**
- **Il target group**
- **Le attività di progetto**
- **Il corso**



INFORMAZIONI GENERALI

TITOLO: *Digital education for Enhanced Editorial products*

ACRONIMO: *E2*

DURATA: *24 mesi (1 febbraio 2012 – 30 gennaio 2014)*

PROGRAMMA: *Lifelong Learning Programme 2007-2013*

Sotto-programma: *Leonardo Da Vinci – Development of Innovation*



E2 nel contesto europeo

E2 vuole contribuire al raggiungimento degli **obiettivi** del Programma LEONARDO DA VINCI

Obiettivo specifico

Supportare i partecipanti in attività di formazione professionale per l'acquisizione di conoscenze, competenze e qualifiche che ne facilitino lo sviluppo personale e professionale.

Obiettivo operativo

Migliorare la qualità e aumentare il volume della cooperazione tra istituti o organizzazioni che offrono opportunità di apprendimento, imprese, parti sociali e altri organismi pertinenti in tutta Europa.

Priorità

Sviluppare le competenze professionali in considerazione dei fabbisogni del mercato del lavoro - Nuove competenze per nuovi lavori.





IL PARTENARIATO

Consorzio Formazione per la Comunicazione (FOR.COM.) <i>Coordinatore</i>	IT	
Politecnico di Torino (POLITO)	IT	
Fondo Formacion Euskadi (FFE)	ES	
Mindmetic Research (MINDMETIC)	DK	
Kalem Kültür Derneği (KALEM)	TR	
Lietuvos leideju asociacija (LLA)	LT	
Università degli Studi di Milano (UNIMI)	IT	



Obiettivi del progetto E2

- Fornire ai lavoratori delle piccole e medie case editrici una gamma di abilità e competenze relative all'uso di strumenti informatici da utilizzare nel mondo dell'editoria digitale;
- Sostenere la formazione dei lavoratori delle piccole e medie case editrici e la necessità di innovazione relativi a prodotti editoriali;
- Rendere le case editrici capaci di attrarre i giovani lettori orientati ad utilizzare i prodotti digitali per ottenere informazioni, imparare e studiare.



Nel mercato del lavoro

- **I LAVORATORI** aumenteranno la loro occupabilità
- **LE IMPRESE** saranno più competitive



TARGET GROUP

Progetto E2 si rivolge agli operatori delle case editrici provenienti dai cinque paesi partner

I partecipanti saranno scelti tra le seguenti categorie professionali:

- copy writers
- redattori
- tecnici
- grafici
- project manager
- responsabili di vendita



Le principali attività



1. **RICERCA** per individuare le migliori pratiche nel settore editoriale digitale e le competenze professionali del gruppo target a cui il corso si rivolge.
2. **PRODUZIONE** dei materiali didattici del corso online ENHANCED EDITOR e della piattaforma.
3. **SPERIMENTAZIONE** in tutti i paesi partner:
 - Corso in modalità e-learning
 - Project work



IL CORSO ON-LINE

BISOGNI FORMATIVI: attraverso un'indagine su un campione di 166 piccole e medie case editrici, i partner hanno individuato 2 principali aspetti: la produzione di un e-book e la vendita di libri di marketing e promozione.

OBIETTIVI: il corso «Enhanced Editor» si propone di fornire agli operatori di piccole e medie case editrici capacità e competenze nella progettazione di prodotti e soluzioni innovative per il settore editoriale, al fine di promuovere la creatività e la competitività utilizzando strumenti ICT.

**Il corso prevede l'integrazione di
formazione e lavoro.**



Education and Culture DG
Lifelong Learning Programme

La struttura del corso



Il corso on-line è diviso in 2 sezioni con una durata complessiva di 100 ore;

Sezione 1 produzione di un e-Book (4 moduli per un totale di 17 ore + laboratorio di 20 ore)

Sezione 2 Book Sale Marketing e Promotion (9 moduli per un totale di 30 ore + laboratorio di 33 ore)



SEZIONE 1

Produzione di un e-book

Modulo 1

Le trasformazioni del mercato editoriale in Europa e nel mondo con una particolare attenzione al mondo degli e-book; le differenze tra l'editoria tradizionale e quella degli e-book.

Modulo 2

Come funzionano XML, XHTML, CSS (Cascading Style Sheets). Un'introduzione ai formati (mobi, kf8, epub2, epub3, pdf). Un'introduzione ai supporti (e-readers, tablets). Le piattaforme (Amazon, etc...).

Modulo 3

Programmi utili a produrre un e-book (Oxygen, Sigil, Calibre, Pages, Stanza, Adobe Digital Edition).



SEZIONE 1

Produzione di un e-book

Modulo 4

le tecniche di trasformazione di un libro tradizionale in e-book e competenze di base riguardo a hyperlinks, video, audio, progetti multimediali.

Laboratorio

Creare un semplice e-book.



SEZIONE 2

Book sale marketing & Promotion

Modulo 1

La vendita on-line di e-book e le piattaforme di distribuzione più utilizzate (print on demand, DRM, ISBN, pricing).

Modulo 2

Un'introduzione ai Social Media. Le piattaforme Social Media: Twitter – LinkedIn – Facebook – Google+. Incorporare foto e video: imparare a usare YouTube, Flickr, Instagram.

Modulo 3

Cosa è il viral marketing?

Modulo 4

Online Safety e Etiquette – la Privacy nel mondo digitale. Leggi e etica: rapido sguardo ai principali argomenti sui diritti.



SEZIONE 2

Book sale marketing & Promotion

Modulo 5

Elementi di User Experience Design: Users Needs, usability, Findability, Accessibility.

Modulo 6

Il Social Networking per promuovere una casa editrice, un libro o un autore. Brand e Identity. Pubbliche relazioni e Marketing.

Modulo 7

Pianificare una Social Media Marketing Campaign. Principi base di un Social Media Plan.



SEZIONE 2

Book sale marketing & Promotion

Modulo 8

Pianificare una Social Media Marketing Campaign: introduzione alle attività del laboratorio.

Modulo 9

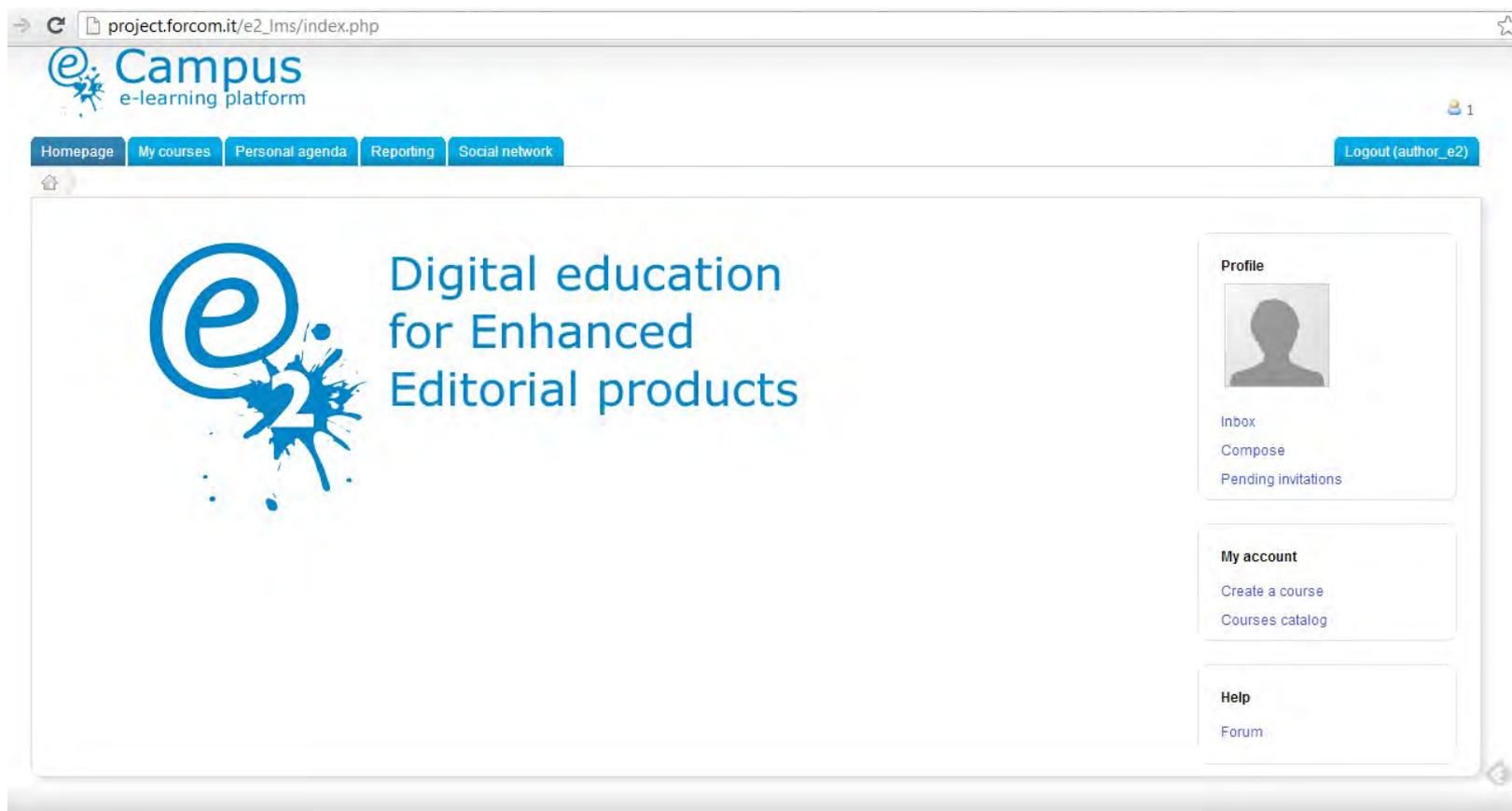
Misurare il ROI (Return on Investment) di una Social Media Campaigns. Analizzare i Media Trends e il loro impatto.

Laboratorio

Creare la propria Social Media Marketing Campaign.



La piattaforma e-learning



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "project.forcom.it/e2_lms/index.php". The page header features the "@Campus e-learning platform" logo and a navigation menu with buttons for "Homepage", "My courses", "Personal agenda", "Reporting", and "Social network". A "Logout (author_e2)" button is located in the top right corner. The main content area is divided into two sections. On the left, there is a large "@2" logo with a blue splash effect, followed by the text "Digital education for Enhanced Editorial products". On the right, there are three vertical panels: "Profile" with a placeholder image and links for "Inbox", "Compose", and "Pending invitations"; "My account" with links for "Create a course" and "Courses catalog"; and "Help" with a link for "Forum".

http://project.forcom.it/e2_lms/



Il calendario del corso

Inizio del corso on-line

1 luglio 2013

Inizio del laboratori

10 settembre 2013

Fine del corso

30 settembre 2013

Fine dei laboratori

10 novembre 2013



Come iscriversi...

www.e2project.eu



Digital Education for
Enhanced Editorial Products

HOME | PROJECT | OUTCOMES | DISSEMINATION MATERIALS | NEWS | PRIVATE AREA | CONTACT



REGISTER TO THE COURSE



LOGIN FORM

Enter the E-Platform

E2 WILL BE PRESENTED AT UNIVERSITÀ DEGLI STUDI GUGLIELMO MARCONI

The **E2 project** will be presented during the **national workshop** "Cittadinanza, creatività e didattica nell'era digitale" (Citizenship, creativity and didactic in the digital era), organised by **Università degli studi Guglielmo Marconi**, that will be held



www.e2project.eu



Education and Culture DG
Lifelong Learning Programme

I partecipanti devono...

- «Frequentare» **tutte le lezioni** entro i termini stabiliti.
- Completare i **test di autovalutazione** alla fine di ogni modulo.
- Al termine delle fasi di laboratorio, produrre un **e-book** e creare una **campagna social media** per promuovere un libro, una casa editrice o un autore.



GRAZIE

Marco Ciarrocchi
progetti1@forcom.it

Tel. +39 06 3772520
Consorzio FOR.COM.Formazione per la Comunicazione
Via Orsini 17, 00192 Rome - Italy
www.forcom.it

