



Design dei prodotti editoriali

1 edizione

Direttore Scientifico: Elena Caratti

Direttore Tecnico: Sergio Menichelli

Data Inizio Attività: 16/09/2027

Data fine Attività: 06/11/2027

Numero ore: 50

Modalità di Erogazione: lezioni online 18 ore e 32 ore di workshop in presenza erogato due week end e 1 il giovedì e venerdì

Lingua di Erogazione: Italiano

Edizione: 1

Sede: POLI.design e Online

INTRODUZIONE

L'evoluzione dei sistemi editoriali contemporanei, caratterizzati dalla compresenza e ibridazione fra supporti analogici e digitali, dalla crescente centralità delle immagini e dall'automazione dei processi di produzione e gestione dei contenuti, richiede figure progettuali in grado di operare all'interno di contesti complessi e in continua trasformazione. In tale scenario, il design editoriale assume un ruolo strategico nella definizione non solo della forma degli artefatti, ma anche dei processi che regolano l'organizzazione, la mediazione e la traduzione dei contenuti.

Il corso "Design dei prodotti editoriali" si configura come un percorso formativo avanzato in cui la sperimentazione progettuale rappresenta il nucleo centrale e strutturante dell'intera esperienza didattica.

Più che proporre una semplice successione di moduli specialistici, il programma costruisce infatti un ecosistema di apprendimento in cui contenuti teorici, strumenti metodologici, approfondimento culturale e sperimentazione laboratoriale convergono progressivamente verso la realizzazione di un progetto editoriale complesso, concepito come sintesi critica di tutte le competenze acquisite.



L'impianto del corso parte da una visione del design editoriale come disciplina sistemica, in cui forma e contenuto costituiscono due livelli inscindibili di significato.

Questo presupposto orienta l'intera struttura del percorso: non si tratta solo di apprendere tecniche di impaginazione, grafica o editing, ma di comprendere come il progetto editoriale nasca dall'interazione tra cultura, ricerca, linguaggi visivi, processi produttivi, sostenibilità economica e innovazione tecnologica. Il libro, o più in generale il sistema editoriale, viene affrontato come dispositivo culturale complesso, capace di mettere in relazione il paradigma traduttivo, in tutte le sue forme, con la cultura del progetto.

Gli interventi di partner, editori, designer e istituzioni culturali – da AIAP a Fondazione Mondadori – non rappresentano contenuti isolati, ma alimentano una visione critica e contestuale del progetto.

Il corso si rivolge a laureati triennali e magistrali in Design della Comunicazione, nonché a professionisti del design, dell'editoria e della comunicazione visiva che intendono aggiornare e consolidare le proprie competenze in relazione ai processi editoriali contemporanei.

OBIETTIVI FORMATIVI

Gli obiettivi del corso sono articolati secondo una progressione che conduce dallo sviluppo di conoscenze di base fino alla realizzazione di un progetto editoriale avanzato, inteso come sintesi delle competenze acquisite.

Explore – Esplorare

Acquisire conoscenze fondamentali sul contesto editoriale contemporaneo, gli attori di riferimento, i processi, i linguaggi e le tecnologie.

Understand – Comprendere

Comprendere le relazioni tra contenuto, forma, immagine e produzione, interpretando il design editoriale come sistema integrato.

Apply – Applicare

Applicare metodi e strumenti di content design, editing e progettazione grafico-tipografica in contesti progettuali.

Analyze – Analizzare

Analizzare sistemi editoriali complessi, individuando relazioni, vincoli e opportunità tra contenuti, formati e processi.

Evaluate – Valutare

Valutare criticamente le scelte progettuali in termini di qualità, coerenza, sostenibilità e impatto culturale.

Design – Progettare

Sviluppare un progetto editoriale avanzato, integrando contenuti, forma, processi produttivi e tecnologie.

OPPORTUNITÀ E PROFILO IN USCITA

Il corso forma progettisti in grado di operare come editorial designer, content designer o designer della comunicazione con competenze avanzate nella progettazione e gestione di sistemi editoriali contemporanei. Il profilo in uscita è orientato a contesti professionali quali case editrici, studi di progettazione, istituzioni culturali, piattaforme editoriali digitali e realtà che operano nella produzione e mediazione dei contenuti testuali e visivi.

Gli obiettivi formativi del corso sono strutturati come un percorso progressivo che conduce dall'acquisizione di competenze orientate allo sviluppo di abilità progettuali, trovando nel progetto editoriale il momento di sintesi.

In questa prospettiva, il corso si integra con il framework europeo ESCO (European Skills, Competences, Qualifications and Occupations), che organizza le competenze in quattro ambiti interrelati: conoscenze teoriche, competenze linguistiche e comunicative, abilità operative e competenze trasversali. Tali dimensioni vengono sviluppate in modo integrato lungo tutto il percorso, senza una separazione rigida tra sapere e saper fare, ma attraverso un continuo passaggio dalla teoria alla pratica.

Le conoscenze sui sistemi editoriali contemporanei, sui linguaggi visivi e sui processi produttivi vengono progressivamente attivate e trasformate in competenze attraverso esercitazioni, laboratori e project work. In questo modo, i partecipanti sviluppano capacità di analisi, applicazione e valutazione critica, insieme a competenze trasversali quali autonomia progettuale, collaborazione e gestione di processi complessi.

Il riferimento a ESCO consente inoltre di rendere il profilo in uscita coerente e riconoscibile a livello europeo, mentre il progetto finale rappresenta la formalizzazione concreta delle competenze acquisite, rendendole esplicite, documentabili e trasferibili in ambito professionale.

PIANO DIDATTICO

Il corso si struttura sulla base dell'integrazione stretta fra componente teorica online **(18 ore)** e sperimentazione progettuale **(32 ore)** che il cuore del percorso e trasforma gli studenti da fruitori di contenuti a progettisti attivi.

MODULO 1 – Introduzione al design editoriale e cenni storici

Ore: 4h



Descrizione:

Il modulo introduce il design editoriale come pratica avanzata e sistemica, fornendo un quadro teorico e progettuale dei processi editoriali contemporanei e del ruolo del progetto nella mediazione di contenuti all'interno di ecosistemi analogico-digitali.

Contenuti principali:

- Introduzione al design editoriale: strutture, attori e processi 2h (1h+1h) in collaborazione con Fondazione Mondadori.
- Cenni di storia, evoluzione del design del libro (Aiap) 2h

MODULO 2 – Content design, editing e scrittura

Ore: 2h

Descrizione:

Il modulo è dedicato alla progettazione, curatela e gestione dei contenuti editoriali, affrontando i processi di scrittura e editing come pratiche progettuali centrali nei sistemi editoriali complessi.

Contenuti principali a cura di Fondazione Mondadori.

- Content design applicato all'editoria
- Scrittura, riscrittura e adattamento dei contenuti
- Editing strutturale e stilistico di testi complessi
- Organizzazione, gerarchia e gestione dei contenuti editoriali

MODULO 3 – Progettazione tipografica e dell'immagine

Ore: 6h

Descrizione:

Il modulo approfondisce la progettazione grafico-tipografica e visiva come strumento di traduzione e mediazione editoriale, con particolare attenzione alla microtipografia e alla relazione tra testo, immagine, layout e formati nei diversi contesti editoriali.

Contenuti principali:

- Progettazione strutturale di un libro: layout e formati
- Tipografia, microtipografia come strumento progettuale e semantico
- Uso dell'immagine editoriale con un focus su fotografia e illustrazione, relazione testo immagine



MODULO 4 – Traduzioni editoriali tra analogico e digitale

Ore: 4h

Descrizione:

Il modulo esplora le pratiche di traduzione editoriale come processo progettuale nell'editoria contemporanea.

Contenuti principali:

- Traduzione editoriale in tutte le sue declinazioni (linguistica, tipografica, intersemiotica, intermediale, metalinguistica, sinestesica, intertestuale, intermediale, automatica).
- La traduzione digitale e ruolo dell'AI nel progetto editoriale.

MODULO 5 – Economia del progetto editoriale e filiera produttiva

Ore: 2h

Descrizione:

Il modulo introduce gli aspetti economici e produttivi del progetto editoriale, fornendo strumenti per comprendere la filiera, valutare i costi e costruire budget coerenti con le scelte progettuali.

Contenuti principali:

- La filiera editoriale: ruoli, fasi e modelli produttivi
- Costi di progettazione, produzione e distribuzione
- Relazione tra scelte progettuali e sostenibilità economica
- Elementi base di budgeting per prodotti editoriali
- Analisi comparata di modelli editoriali (indipendenti, commerciali, digitali)

MODULO 6 – Processi di stampa, finiture e supporti

Ore: 2h (in presenza)

Descrizione

Il modulo esplora le tecniche di stampa come componente progettuale del design editoriale, analizzandone le potenzialità espressive e le implicazioni produttive. I partecipanti acquisiscono strumenti per integrare in modo consapevole materiali, processi ed effetti di stampa all'interno del progetto, in relazione a contenuti, forma e sostenibilità.

Contenuti principali

Principali tecniche di stampa (offset, digitale, serigrafia, risograph)

Materiali e supporti: carte, finiture e resa tattile



Effetti di stampa e nobilitazioni (vernici, embossing, stampa a caldo, ecc.)
Gestione del colore e relazione tra progetto digitale e stampa
Prototipazione e verifica delle scelte progettuali

MODULO 7 – PROJECT WORK

Editorial Design Lab

Ore: 24h (in presenza)

Descrizione:

Laboratorio intensivo, altamente sperimentale dedicato allo sviluppo di un progetto editoriale complesso, articolato in più sessioni di lavoro progettuale.

I partecipanti, organizzati in gruppi, sviluppano un sistema editoriale a partire da un brief proposto da case editrici, istituzioni culturali, studi di progettazione o piattaforme di publishing.

Il laboratorio attraversa tutte le fasi del processo editoriale in parallelo alle lezioni teoriche online: analisi del contesto, definizione del concept, progettazione dei contenuti, sperimentazione grafico-tipografica, integrazione dei processi produttivi e valutazione della sostenibilità economica, fino alla finalizzazione del progetto.

Contenuti principali:

- Assegnazione del brief editoriale e analisi del contesto
- Analisi dei contenuti, dei destinatari e dei sistemi editoriali di riferimento
- Definizione del concept editoriale e dell'architettura del sistema
- Progettazione di contenuti, immagini, formati e supporti
- Integrazione di processi di editing, traduzione e produzione
- Impostazione di un budget di progetto e valutazione della sostenibilità economica
- Preparazione della presentazione finale del progetto

Output attesi:

- Un progetto editoriale completo (una collana di libri su tema e partner di progetto)
- Documentazione del processo progettuale in tutte le sue fasi (concept, struttura, processi, budget)
- Una presentazione finale del progetto e realizzazione di mockup stampati



Modulo finale – Editorial Design Presentation & Stakeholder Review

Ore: 4h + 2h per valutazioni finali (in presenza)

Descrizione:

Evento conclusivo dedicato alla presentazione e valorizzazione dei progetti editoriali sviluppati durante il percorso.

I rispettivi gruppi presentano i propri lavori a una platea composta da docenti, professionisti del settore editoriale, designer, editor e potenziali partner, in un contesto di confronto critico e restituzione progettuale.

Contenuti principali:

- Presentazione dei progetti editoriali finali
- Condivisione delle esperienze emerse all'interno del project work
- Interventi o contributi di professionisti del settore editoriale
- Feedback critico da parte di docenti e degli stakeholder

Valutazione dei progetti

I progetti saranno valutati dai docenti coinvolti, dai partner di progetto sulla base dei seguenti parametri di valutazione:

1. Progettazione sistema editoriale (50%)

Coerenza e qualità del progetto nel suo insieme: relazione tra contenuti, struttura editoriale, forma grafico-tipografica e supporti. Capacità di costruire un sistema solido, non solo un output formale.

2. Gestione processo progettuale (30%)

Chiarezza e controllo del processo: qualità della ricerca, sviluppo del progetto, capacità di iterazione e gestione dei vincoli (produttivi, economici, tecnici). Documentazione del percorso.

3. Capacità di posizionamento critico (20%)

Capacità di argomentare le scelte progettuali e collocare il progetto nel contesto editoriale contemporaneo, evidenziandone senso, obiettivi e limiti

DESTINATARI

Il corso si rivolge alle seguenti categorie di profili e / o figura professionali:

Giovani laureati in design e discipline affini

Laureati triennali e magistrali in Design della Comunicazione, Graphic Design, Comunicazione Visiva o discipline affini, interessati a costruire un profilo professionale avanzato e specializzato nel campo della progettazione editoriale.

Designer della comunicazione ed editorial designer

Laureati (triennali e magistrali) che operano o intendono operare nell'ambito della progettazione editoriale e della comunicazione visiva, interessati ad approfondire i processi contemporanei di progettazione dei contenuti, delle immagini e dei sistemi editoriali analogico-digitali.

Professionisti dell'editoria e del publishing

Figure attive in case editrici, gruppi editoriali, fondazioni e istituzioni culturali che desiderano aggiornare le proprie competenze nell'ambito della progettazione visiva e trasformazione dei processi editoriali.

Content designer, content editor e copywriter

Figure coinvolte nella progettazione, curatela e gestione dei contenuti testuali e visivi, interessati a integrare approcci progettuali, metodologici e tecnologici nei sistemi editoriali complessi.

Professionisti in studi di progettazione editoriale e grafica

Designer che operano in studi multidisciplinari e che intendono rafforzare la propria capacità di gestire progetti editoriali complessi, integrando contenuti, immagini, processi produttivi e valutazioni economiche.

Professionisti della comunicazione culturale

Operatori che lavorano in musei, biblioteche, archivi, fondazioni e istituzioni culturali, interessati a progettare sistemi editoriali per la valorizzazione, la mediazione e la divulgazione dei contenuti culturali.

Figure aziendali, responsabili di contenuti e comunicazione

Professionisti che operano in aziende e organizzazioni nei ruoli di communication designer, content manager, editorial project manager, coinvolti nella produzione e gestione di pubblicazioni, sistemi editoriali e contenuti istituzionali.

COMPETENZE DI BASE RICHIESTE

Per l'accesso al corso è richiesta una formazione di base o un'esperienza professionale coerente con l'ambito della progettazione editoriale, della comunicazione visiva o dei contenuti.

In particolare, è richiesta:

una conoscenza di base della progettazione grafica e della comunicazione visiva, acquisita attraverso un percorso universitario o un'esperienza professionale equivalente;

una familiarità con i processi di produzione dei contenuti, testuali e visivi, e con i principali strumenti di progettazione e impaginazione (pacchetto Adobe et al.);

un interesse per i processi editoriali contemporanei, per l'evoluzione dei formati e dei media e per la relazione tra contenuto, forma e tecnologia.

Il corso è pensato sia per laureati triennali e magistrali sia per professionisti già inseriti nel mondo del lavoro che intendono aggiornare e approfondire le proprie competenze in ambito editoriale.

Non sono richieste competenze tecniche avanzate sull'intelligenza artificiale o su strumenti di automazione: tali aspetti vengono introdotti e sviluppati progressivamente all'interno del percorso formativo.

ARTICOLAZIONE DIDATTICA DEL CALENDARIO

Modalità erogazione	DATA	INSEGNAMENTO	GIORNO SETTIMANA	FASCIA ORARIA	ORE
Online/live	16/09/2027	Introduzione al design editoriale e cenni storici	Giovedì	17.30 - 19.30	2
Online/live	17/09/2027	Introduzione al design editoriale e cenni storici	Venerdì	17.30 - 19.30	2
Online/live	22/09/2027	Content design, editing e scrittura	Mercoledì	17.30 - 19.30	2
Online/live	23/09/2027	Progettazione tipografica e dell'immagine	Giovedì	17.30 - 19.30	2
Online/live	29/09/2027	Progettazione tipografica e dell'immagine	Mercoledì	17.30 - 19.30	2
Online/live	30/09/2027	Progettazione tipografica e dell'immagine	Giovedì	17.30 - 19.30	2
Online/live	06/10/2027	Traduzioni editoriali tra analogico e digitale	Mercoledì	17.30 - 19.30	2
Online/live	07/10/2027	Traduzioni editoriali tra analogico e digitale	Giovedì	17.30 - 19.30	2
In presenza	15/10/2027	WORKSHOP	Venerdì	09:30 - 18.30	8
In presenza	16/10/2027	WORKSHOP	Sabato	09:30-13:30	4
Online/live	20/10/2027	Economia del progetto editoriale e filiera produttiva	Mercoledì	17.30 - 19.30	2
In presenza	21/10/2027	Processi di stampa, finiture e supporti	Giovedì	17.30 - 19.30	2
In presenza	28/10/2027	WORKSHOP	Giovedì	09:30 - 18.30	8
In presenza	29/10/2027	WORKSHOP	Venerdì	09:30 - 13.30	4
In presenza	05/11/2027	PRESENTAZIONE FINALI	Venerdì	14:30 - 18:30	4
In presenza	06/11/2027	VALUTAZIONI	Sabato	09:30-11:30	2



PAGAMENTO

Potrai effettuare il pagamento in una delle seguenti modalità:

Bonifico bancario

Quando effettuerai il pagamento alle seguenti coordinate bancarie per il bonifico:

POLI.design Srl

C/O BANCA INTESA SANPAOLO

Agenzia PIAZZA PAOLO FERRARI, 10 – 2021 MILANO

BIC / SWIFT: BCITITMM

IBAN IT28M0306909606100000176368

Causale: nome corso e nome e cognome del partecipante

Dovrai inviare la copia del versamento a: iscrizioni@polidesign.net.

Pagamento online con carta di credito tramite l'area riservata del sito di POLI.design, facendone richiesta a iscrizioni@polidesign.net

COSTO

Il costo complessivo del Corso è pari a **€ 2400 (IVA INCLUSA)** per ciascuno studente.

ESONERI PARZIALI

LEARNING COLLECTION CATALOGUE LAUNCH: -40%

Una promozione per tutti coloro che decidono di iscriversi ai corsi del catalogo Learning Collection entro il 30 settembre 2026.

YOUNG PROFESSIONALS: -40%

Lo sconto destinato a neolaureati e giovani professionisti dai 21 ai 35 anni che scelgono i corsi del catalogo Learning Collection per iniziare la loro carriera.

POLI.design PARTNER: -30%

Un'agevolazione per tutti i soggetti che fanno parte dei network dei soci di POLI.design (Politecnico di Milano, ADI, AIAP, AIPI, FederlegnoArredo) e per i partner del Corso.

Per beneficiare dell'agevolazione **POLI.design Partner** è necessario applicare il codice sconto esclusivo al momento del pagamento.

PA & BUSINESS BOOST: da -20% a -35%



Lo sconto pensato per la Pubblica Amministrazione, le aziende e le organizzazioni che riconoscono nella formazione un fattore decisivo di crescita. “PA & Business Boost” consente di accedere a una riduzione variabile sulla quota di partecipazione di **uno o più dipendenti**. L'ammontare dello sconto, nello specifico, è pari a:

- 20% sulla quota di partecipazione per l'iscrizione del primo dipendente
- 25% sulla quota di partecipazione per l'iscrizione del secondo dipendente
- 30% sulla quota di partecipazione per l'iscrizione del terzo dipendente
- 35% sulla quota di partecipazione per l'iscrizione dal quarto dipendente in poi.

FRIEND TO FRIEND: -20%

Un'opportunità da regalare a un'amica o un amico per fare della formazione la base della sua crescita.

MORE THAN ONE: -15%

Uno sconto per chi vuole perfezionare le sue competenze, per chi punta sempre sulla formazione, non una ma due o tre volte.

La riduzione “More than One” consente di accedere a uno sconto del 15% sulla quota di partecipazione a due o tre Corsi Executive. Quindi:

- Per coloro che acquistano due Corsi, la riduzione è pari al 15% sulla quota di partecipazione al percorso formativo più economico
- Per coloro che acquistano tre Corsi, la riduzione è pari al 15% sulla quota di partecipazione ai due percorsi formativi più economici

Gli esoneri non sono cumulabili.

TITOLO RILASCIATO

Certificazione rilasciata:

Al termine del Corso verrà rilasciato l'open badge al Corso Executive in “Design dei prodotti editoriali” da POLI.design.

PERCENTUALE DI FREQUENZA MINIMA PER OTTENERE IL TITOLO PREVISTO DAL CORSO

La frequenza al corso è obbligatoria per l'80%.

Informazioni e Contatti

Segreteria Didattica POLI.design

Via Giovan Battista Verità 25

20158 Milano – Bovisa

T. 02/23997290 F. 02/23997217

e-mail: hello@polidesign.net www.polidesign.net

P.