

SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI

«ARMANDO CURCIO»

Mediazione linguistica in editoria e marketing

L'Armando Curcio Editore, storica casa editrice italiana, insieme all'Istituto Armando Curcio – centro di formazione, ricerca e sviluppo – offre una **formazione a ordinamento universitario** grazie all'istituzione della **Scuola Superiore per Mediatori Linguistici «Armando Curcio»** riconosciuta dal **Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca** ai sensi del **D.D. n. 1934 del 1° agosto 2017**. La Scuola Superiore per Mediatori Linguistici è abilitata a **rilasciare** un titolo di studio equipollente al **Diploma di Laurea Triennale in Scienze della Mediazione Linguistica, classe di laurea L-12**. Il diploma di laurea triennale ha valore legale sia in Italia che all'estero.

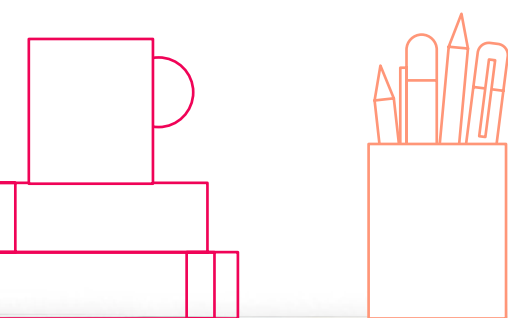
Il corso di studi si articola in tre anni accademici, per un totale di 180 CFU (crediti formativi universitari) e consente allo studente di conseguire una **formazione linguistica e culturale di alto livello**, sia orale che scritta, in **due o tre lingue straniere** e allo stesso tempo di acquisire le **competenze tecnico-scientifiche** necessarie al profilo professionale del **mediatore linguistico per l'impresa editoriale**.

In linea con i processi di internazionalizzazione aziendale, la Scuola Superiore per Mediatori Linguistici (SSML) «Armando Curcio» con il corso di laurea triennale **Mediazione linguistica in editoria e marketing** forma i futuri professionisti dell'editoria e della comunicazione internazionale d'impresa, sia in prospettiva teorica che applicativa, per rispondere alle esigenze del mercato globale e locale.

Requisiti di ammissione

Per essere ammessi al corso di studi occorre essere in possesso del **titolo di scuola secondaria superiore** richiesto dalla normativa in vigore o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

Il corso di studi è a numero chiuso.



INDIRIZZI E LABORATORI

Lo studente potrà scegliere tra due indirizzi: *Mediazione linguistica in editoria e giornalismo* e *Mediazione linguistica in marketing e comunicazione*.

I due percorsi presentano punti comuni, ma si differenziano per conoscenze e competenze da acquisire rispettivamente agli sbocchi professionali pensati per ognuno di essi.

L'indirizzo *Editoria e giornalismo* pone maggiore attenzione allo sviluppo delle competenze di produzione scritta per diventare, redattori, editor, correttori di bozze, giornalisti, autori e traduttori. Il costante esercizio nella redazione di contenuti afferenti alla **scrittura editoriale** insegnerà a produrre testi come comunicati stampa, articoli, trame, sinossi e recensioni.

L'indirizzo *Marketing e comunicazione* si concentra di più sulle nuove tendenze comunicative, sulle strategie di vendita di un prodotto, sulle diverse tecniche di **marketing** e sulla costruzione della **brand identity**: diventare comunicatori, marketer, product manager, copywriter, marketing specialist, storyteller d'impresa richiede una formazione specifica e attenta verso la scrittura efficace e persuasiva, liquida e immediata dei social, per saper redigere post, slogan, payoff, headline e claim.

In entrambi i casi è previsto un **laboratorio propedeutico triennale di 140 ore**, declinato in base al curriculum selezionato: «**Editing e scrittura creativa**» per il curriculum *Editoria e giornalismo*, per approfondire i principi e le strutture dell'italiano letterario, la produzione scritta in funzione del target, la scrittura creativa e redazionale; «**Marketing e grafica editoriale**» per il curriculum *Marketing e comunicazione*, con lo scopo di analizzare case study, strategie, tattiche e piani operativi di marketing su prodotti reali e di sviluppare le competenze tecno-pratiche nell'impaginazione di testi e immagini attraverso l'utilizzo di Adobe InDesign.

Entrambi i percorsi laboratoriali saranno basati sull'**apprendimento esperienziale** attraverso l'utilizzo di una **didattica per competenze**: in questa fase i tutor aziendali saranno un punto di riferimento per gli studenti durante lo svolgimento di simulazioni che hanno l'obiettivo di stimolare l'**apprendimento organizzativo** secondo le modalità indicate.

Le **simulazioni aziendali** e la **sinergica collaborazione** con l'azienda accelera lo sviluppo e l'acquisizione di **competenze trasversali e imprenditoriali**, al fine di rendere lo studente **responsabile nell'organizzazione, nella realizzazione e nello sviluppo di progetti**, con un concreto coworking con lo **staff** e con gli **autori** dell'**Armando Curcio Editore**.

Durante il percorso formativo laboratoriale sono previsti cicli di **seminari, visiting professor** e **visiting professionals**, che grazie al contributo di docenti e professionisti italiani e stranieri, offriranno allo studente gli strumenti adeguati su come si fa ricerca in funzione degli obiettivi definiti dall'azienda.

La finalità è **saper tradurre i progetti in azione**, sulla base dei principi dettati dall'internazionalizzazione aziendale, in cui la **competenza multilinguistica** e la **capacità imprenditoriale** rappresentano le **soft-skills** di una formazione in chiave europea.

PIANO DI STUDI

Indirizzo *Editoria e giornalismo*



	Insegnamenti	Settore disciplinare	CFU	ORE
I anno	Letteratura italiana per l'editoria	L-FIL-LET/10	8	48
	Semiotica dei linguaggi	M-FIL/05	8	36
	I Lingua: Lingua e traduzione inglese 1	L-LIN/12	14	84
	Il lingua a scelta tra: Lingua e traduzione francese 1 Lingua e letteratura araba 1 Lingua e traduzione spagnola 1 Lingua e letteratura cinese 1	L-LIN/04 L-OR/12 L-LIN/07 L-OR/21	15	90
	Sociologia dei processi culturali e comunicativi	SPS/08	8	48
	Tecniche di scrittura redazionale	L-FIL-LET/11	6	36
	Informatica per la comunicazione digitale	INF/01	3	18
	Laboratorio di «Editing e scrittura creativa»			140

II anno	Lingua e traduzione inglese 2	L-LIN/12	18	108
	Il lingua a scelta tra: Lingua e traduzione francese 2 Lingua e letteratura araba 2 Lingua e traduzione spagnola 2 Lingua e letteratura cinese 2	L-LIN/04 L-OR/12 L-LIN/07 L-OR/21	18	108
	Letteratura inglese per l'editoria	L-LIN/10	6	36
	a scelta tra: Letteratura francese Letteratura araba Letteratura spagnola Letteratura cinese	L-LIN/03 L-OR/12 L-LIN/05 L-OR/21	6	36
	Diritto dell'informazione e d'autore	IUS/01	6	36
	Transmedia e crossmedia storytelling	SPS/08	6	36
	Laboratorio di «Editing e scrittura creativa»			140

III anno	Lingua e traduzione inglese 3	L-LIN/12	17	102
	Economia aziendale	SECS-P/07	6	36
	Storia del libro e dei sistemi editoriali	M-STO/08	6	36
	Geografia della globalizzazione	M-GGR/02	6	36
	a scelta tra: Lingua (francese, spagnolo, arabo, cinese) Marketing sociale, comunicazione e cambiamento Scrittura per il web e copywriting	L-LIN/03, L-OR/12, L-LIN/05, L-OR/21 SPS/08 L-FIL-LET/11	12 o 6+6	72
	Ulteriori conoscenze linguistiche		5	5
	Tirocinio		4	
	Laboratorio di «Editing e scrittura creativa»			140
	Prova finale		4	

Indirizzo *Marketing e comunicazione*



	Insegnamenti	Settore disciplinare	CFU	ORE
I anno	Scrittura per il web e copywriting	L-FIL-LET/11	8	48
	Semiotica dei linguaggi	M-FIL/05	8	36
	I Lingua: Lingua e traduzione inglese 1	L-LIN/12	14	84
	Il lingua a scelta tra: Lingua e traduzione francese 1 Lingua e letteratura araba 1 Lingua e traduzione spagnola 1 Lingua e letteratura cinese 1	L-LIN/04 L-OR/12 L-LIN/07 L-OR/21	15	90
	Sociologia dei processi culturali e comunicativi	SPS/08	8	48
	Storytelling e narrazione d'impresa	M-PSI/05	6	36
	Informatica per la comunicazione digitale	INF/01	3	18
	Laboratorio di «Marketing e grafica editoriale»			140

II anno	Lingua e traduzione inglese 2	L-LIN/12	18	108
	Il lingua a scelta tra: Lingua e traduzione francese 2 Lingua e letteratura araba 2 Lingua e traduzione spagnola 2 Lingua e letteratura cinese 2	L-LIN/04 L-OR/12 L-LIN/07 L-OR/21	18	108
	Letteratura inglese per l'editoria	L-LIN/10	6	36
	a scelta tra: Letteratura francese Letteratura araba Letteratura spagnola Letteratura cinese	L-LIN/03 L-OR/12 L-LIN/05 L-OR/21	6	36
	Diritto dell'informazione e della comunicazione	IUS/10	6	36
	Marketing sociale	SPS/08	6	36
	Laboratorio di «Marketing e grafica editoriale»			140

III anno	Lingua e traduzione inglese 3	L-LIN/12	17	102
	Economia aziendale	SECS-P/07	6	36
	Storia e analisi della comunicazione di massa	M-STO/04	6	36
	Geografia della globalizzazione	M-GGR/02	6	36
	a scelta tra: Lingua (francese, spagnolo, arabo, cinese) Transmedia e crossmedia storytelling Tecniche di scrittura redazionale	L-LIN/03, L-OR/12, L-LIN/05, L-OR/21 SPS/08 L-FIL-LET/11	12 o 6+6	72
	Ulteriori conoscenze linguistiche		5	5
	Tirocinio		4	
	Laboratorio di «Marketing e grafica editoriale»			140
Prova finale		4		