LA CASA EDITRICE

AUTORE

Dopo aver scritto la sua opera, cerca un editor e/o un agente.

GHOSTWRITER

È un autore professionista pagato per scrivere contenuti ufficialmente attribuiti a un'altra persona.
Di solito viene contattato da un editor.

AGENTE

Fa da intermediario tra l'autore e la casa editrice, propone le opere agli editor e collabora alla trattativa di acquisizione delle opere degli autori che rappresenta.

DIRETTORE EDITORIALE

Decide la linea editoriale della casa editrice.

EDITOR

Acquisisce i titoli da pubblicare, confrontandosi con gli autori e i loro agenti. Cura gli interventi e le modifiche da fare a un testo per migliorarlo prima di passarlo alla redazione. Con l'ufficio diritti, segue la trattativa per stipulare il contratto con l'autore.

LETTORE EDITORIALE

Legge (tanto e velocemente) manoscritti, bozze o sinossi che gli vengono assegnati dall'editor. Scrive schede di valutazione in cui analizza i punti di forza e di debolezza delle opere, in modo che l'editor possa decidere se prendere in considerazione un testo per pubblicarlo.

UFFICIO DIRITTI

CURA LE TRATTATIVE E STILA I CONTRATTI CON GLI AUTORI. SI OCCUPA ANCHE DI ACQUISIRE TITOLI DI AUTORI GIÀ PUBBLICATI ALL'ESTERO PER FARLI TRADURRE E PUBBLICARE DALLA CASA EDITRICE.

REDAZIONE

CAPO REDATTORE

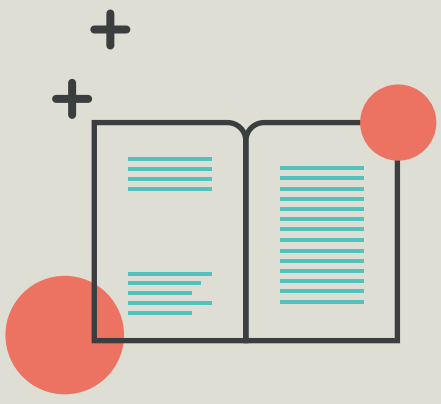
Coordina e supervisiona il lavoro di redazione, le tempistiche, il progetto globale di un libro e si interfaccia con l'ufficio tecnico.

REDATTORE

Controlla e rivede i testi curandone la correttezza, la chiarezza e la coerenza stilistica e formale. Coordina le varie fasi di lavorazione e produzione di un libro, dall'ideazione alla stampa finale. A volte si occupa anche dell'impaginazione dei testi..

CORRETTORE BOZZE

Rivede le bozze dei testi già impaginati prima che vadano in stampa, in modo da correggere errori tipografici, inesattezze di traduzione, errori di impaginazione.



TRADUTTORE

Traduce testi verso la propria lingua madre, realizzando "un'opera dell'ingegno autonoma" e quindi – come quella dello scrittore – tutelata dal diritto d'autore. Gli sono riconosciuti i diritti morali e patrimoniali sulla propria opera.

UFFICIO MARKETING E COMUNICAZIONE

DIRETTORE MARKETING

Pianifica e dirige la strategia promozionale e di comunicazione di autori e opere.

UFFICIO STAMPA

Si relaziona con le redazioni culturali di giornali e riviste per comunicare e far recensire le opere degli autori in uscita. Collabora con chi organizza gli eventi per promuovere le varie iniziative della casa editrice.

COMMERCIALE

Si occupa della distribuzione dei libri in tutta la rete di librerie del Paese.

ORGANIZZAZIONE EVENTI

Organizza le attività di promozione di autori e opere (presentazioni, interventi ai festival, letture, firmacopie e via dicendo).

SOCIAL MEDIA MANAGER

Si occupa della comunicazione della casa editrice sui social, di annunciare i titoli in uscita e gli eventi organizzati per promuovere le attività connesse alla pubblicazione delle opere.

SCUOLA HOLDEN
Contemporary Humanities