



Argomento

Il mondo dei libri

Dai manoscritti medievali agli ebook di oggi, passando per l'invenzione della stampa a caratteri mobili del 1455: nel corso dei secoli il libro ha rappresentato lo strumento ideale per raccogliere e diffondere il sapere. Ma come si fa un libro? Quanti passaggi occorrono perché l'idea di un'autrice o di un autore diventi un libro nelle nostre mani? Quante persone sono coinvolte nella sua realizzazione? Quali risorse sono necessarie? Con questa proposta didattica esploriamo i settori di attività economica, le professioni coinvolte, il processo e le tecniche di produzione e di distribuzione dei libri.

Contesto di applicazione

Questo percorso ci consente di esplorare il mondo dell'editoria, alla scoperta delle figure professionali che ruotano intorno ai libri.

Certo, perché dietro a ogni libro che sfogliamo, leggiamo, al quale ci appassioniamo o che ci annoia, c'è un grande lavoro di squadra, e molte figure professionali si occupano dei vari aspetti che portano alla realizzazione del prodotto finito, quello che arriva nelle vetrine delle librerie o negli scaffali delle biblioteche.

Lo scrittore o la scrittrice sono ovviamente le figure centrali, che tutti riconosciamo dietro le pagine dei libri. Certo, ci sono anche autori che non si fanno vedere: i **ghost writer**, che scrivono libri e articoli per conto di personaggi famosi senza comparire. Ma la creazione di un libro non finisce con la scrittura: chi interviene prima e dopo le parole da loro scritte?

Innanzitutto c'è una **casa editrice**, cioè un gruppo di persone, tra cui **il direttore/la direttrice editoriale**, che credono e danno fiducia all'autore o all'autrice e affidano loro il progetto di sviluppare un'idea propria o propongono di lavorare su un'idea della casa editrice. A volte i rapporti tra autori e case editrici sono mediati da **agenti letterari** che curano gli interessi, anche economici, dello scrittore o della scrittrice.

A questo punto lo scrittore o la scrittrice, dopo aver concordato gli aspetti legati alla tipologia del libro con la casa editrice e aver ricevuto un contratto che definisce la percentuale del suo compenso sul prezzo di copertina e i tempi di consegna del testo, scrive il libro.

Se il testo è di un autore o un'autrice straniero/a, la casa editrice si affiderà a un **traduttore o una traduttrice**, acquistando i diritti di traduzione dalla casa editrice estera.

Una volta conclusa la fase di scrittura o nel corso della sua stesura, il testo è affidato alle cure di un **redattore o una redattrice** (che si possono chiamare anche *editor*) che verifica la correttezza ortografica e il fatto che le regole redazionali della casa editrice siano rispettate. Ma non

Discipline coinvolte

- Italiano
- Storia
- Geografia
- Matematica
- Scienze
- Lingua inglese
- Seconda lingua comunitaria
- Tecnologia
- Arte e immagine
- Musica
- Educazione fisica
- Religione

solo, nel caso di opere che non sono di fantasia controlla anche che tutte le date, gli eventuali personaggi e i fatti storici siano corretti e che non vi siano informazioni imprecise o errate. L'editor dialoga costantemente con autori e autrici per suggerire e proporre eventuali soluzioni per migliorare lo scritto (tagli, aggiunte, diverso ordine delle parti).

Quando il testo è stato completamente rivisto, passa **all'impaginazione** che deve seguire le specifiche del progetto grafico realizzato dal o dalla **responsabile della progettazione grafica**, o art director, della casa editrice. L'impianto grafico può variare a seconda della collana nella quale verrà inserito il libro o può essere un "fuori formato" se il libro è un pezzo unico.

Viene dunque prodotta la prima bozza che sarà passata a un redattore o una redattrice che rileggerà il tutto per trovare refusi e imperfezioni formali (**correzione di bozze**). Quando sono stati corretti gli errori notati durante la prima lettura, il libro passa in seconda bozza e viene riletto da un altro redattore o redattrice, che a sua volta segnalerà eventuali altri refusi o problemi. Questo processo si ripete diverse volte, fino a quando il libro non passa alla versione definitiva, o "di stampa".

Nel frattempo **il grafico o la grafica** dovranno definire il progetto della copertina. A volte si affida a **un illustratore o una illustratrice** se la casa editrice e l'autore o l'autrice preferiscono che venga creata un'immagine originale. Altre volte si opterà per utilizzare una fotografia o la riproduzione di un'opera d'arte. In questo secondo caso viene affidato un incarico a un/a **responsabile della ricerca iconografica**.

Se si tratta di un libro illustrato, allora il lavoro dell'illustratore/trice e dell'iconografo/a non si limiterà alla copertina, ma sarà necessario anche per corredare il testo con le opportune rappresentazioni visive.

Solo alla fine di questo lungo processo, che dura anche diversi mesi, si sceglierà un titolo adatto al libro; ebbene sì, il titolo viene scelto quasi sempre dopo e non sempre è quello proposto inizialmente da autori e autrici, ma si decide insieme alla casa editrice.

A questo punto il nostro libro è pronto per essere stampato! **Il/La tipografo/a** si occuperà di realizzare il prodotto cartaceo dopo aver ricevuto indicazioni precise su quali tipologie di materiali usare (in primis, la carta). Qui il libro comincia una nuova fase della sua vita che lo porterà dalle mani di chi lo scrive a quelle di chi lo legge. È il turno del **responsabile del marketing** che si occupa di stabilire la tiratura (quante copie ne saranno stampate) e il prezzo di copertina, promuovere il libro con campagne pubblicitarie (sulla stampa, su Internet, in TV e in radio, nelle librerie ecc.) e attivare la **rete commerciale** interagendo con tante altre figure: **responsabili commerciali, giornalisti/e, recensori, organizzatori/trici di eventi culturali** e festival letterari, **influencer culturali**.

E poi c'è chi si occupa della **logistica** e della **distribuzione** per consentire al libro di uscire dalla tipografia e arrivare in **libreria** e negli altri luoghi di vendita, oppure nelle **biblioteche** pubbliche, dove sarà accessibile a tutti e verrà conservato per future consultazioni. Nel frattempo c'è anche chi

tiene il conto delle copie prodotte, distribuite e vendute per calcolare i diritti d'autore e far quadrare i conti della casa editrice (**responsabili amministrativi e contabili**).

E non finisce qui: la vita di un libro infatti non si esaurisce con la lettura, ma prosegue e va a toccare tanti altri ambiti professionali: dal turismo, all'intrattenimento, alla conservazione dei beni culturali.

Insomma, dietro a un oggetto apparentemente semplice come un libro, c'è il lavoro di decine di figure professionali, ognuna con un proprio ruolo e una propria mansione. Con questo percorso proveremo a vestire i panni di alcune di loro e vedremo quante cose imparate a scuola tornano utili ogni giorno nel loro lavoro.

Settori di attività economica esplorati

- Commercio
- Comunicazione e promozione culturale
- Conservazione dei beni culturali
- Editoria
- Logistica
- Manifattura: chimica, carta, stampa
- Turismo

Figure professionali e lavorative presentate

- Agente letterario/a
- Bibliotecario/a
- Consulente di viaggio (tour operator)
- Curatore/trice di collana
- Direttore/direttrice editoriale
- Ghost writer
- Giornalisti/e
- Grafico/a impaginatore
- Illustratore/trice
- Influencer culturale
- Libraio/a
- Organizzatore/trice di eventi
- Redattore/redattrice (editor)
- Responsabile area marketing
- Responsabile commerciale
- Responsabile della distribuzione
- Responsabile della progettazione grafica (art director)
- Responsabile della ricerca iconografica
- Responsabile di processo (industria)
- Scrittore/scrittrice
- Tipografo/a
- Traduttore/trice

La macro unità è stata elaborata dalla piattaforma FUtuRI, alla quale l'Istituto aderisce, e adattata alle esigenze della scuola.

SCHEDA DI PRESENTAZIONE DEL COMPITO AUTENTICO



Argomento trasversale	IL MONDO DEI LIBRI
Disciplina di riferimento	Matematica
Classe di riferimento:	Seconda
Argomenti disciplinari specifici / Obiettivi di apprendimento	<ul style="list-style-type: none">• Comprendere il significato di percentuale e saperla calcolare utilizzando strategie diverse• Eseguire semplici espressioni di calcolo con i numeri conosciuti, essendo consapevoli del significato delle parentesi e delle convenzioni sulla precedenza delle operazioni• Rappresentare insiemi di dati, anche facendo uso di un foglio elettronico• Esporre e discutere con i compagni le soluzioni e i procedimenti seguiti, utilizzando un linguaggio specifico• Analizzare e interpretare rappresentazioni di dati per ricavarne misure di variabilità e prendere decisioni
Competenze chiave	<ul style="list-style-type: none">• Competenza matematica e competenza in scienze, tecnologie e ingegneria• Competenza personale, sociale e capacità di imparare a imparare• Competenza in materia di cittadinanza
Titolo del compito autentico	QUANTO COSTA UN LIBRO?

Elementi della realtà esterna utilizzati

Settore d'attività	Editoria
Figure professionali coinvolte	Responsabile area marketing

Breve descrizione delle figure professionali

La figura professionale del/della responsabile dell'area marketing coordina tutte le attività che precedono e costituiscono il lancio, la vendita e la promozione di un singolo prodotto o un'intera gamma di prodotti/servizi. Per ricoprire questo ruolo è necessario avere ampie conoscenze economiche (tra i titoli di studio più specifici c'è la laurea in scienze economiche, ad esempio, e successive specializzazioni in marketing). Tra le attitudini sicuramente deve possedere la capacità di analisi, l'aggiornamento costante, buone doti relazionali e capacità di lavorare in team. Infine, è importante anche la conoscenza delle lingue straniere.



MATEMATICA

QUANTO COSTA UN LIBRO?

Dafne lavora in una casa editrice di medie dimensioni come responsabile marketing: si occupa di stabilire la tiratura e il prezzo di copertina e di attivare la rete commerciale per promuovere il libro. Ogni libro rappresenta per lei una nuova sfida. Quella di oggi è la pubblicazione di un libro dal titolo *Lettere d'amore al tempo della Grande Guerra*, di 180 pagine.

Dafne dovrà stabilire:

- la tiratura e la distribuzione
- i costi per ogni libro
- il prezzo di copertina
- la percentuale di diritti d'autore e quella per i distributori

Dafne vi chiede aiuto per determinare il prezzo di copertina in base ai dati forniti e suggerire eventuali modifiche per risparmiare nella produzione e poter attribuire al libro un prezzo di copertina più basso, rendendolo così più accessibile ai lettori.

Che cosa farete

Scoprirete tutti i ragionamenti e i calcoli necessari per la pubblicazione di un libro e proverete voi stessi a farli.

Lavorerete in gruppi di tre persone. L'insegnante assegnerà a ciascun gruppo il problema con i dati da analizzare. Al termine dovrete realizzare un report nel quale inserirete un grafico a torta con le percentuali dei costi per la produzione del libro, i dati sui ricavi e le possibili modifiche per abbattere il prezzo di copertina senza danneggiare i fornitori (distributori, tipografia, librerie e autore). Questo report dovrà essere presentato al direttore editoriale (l'insegnante).



Tempo a vostra disposizione

2 ore secondo le tempistiche definite dall'insegnante



Materiali che vi occorreranno

Se lavorate in modalità digitale:

- notebook, pc o tablet con connessione a Internet
- software: fogli elettronici per il calcolo (ad esempio Excel o Fogli Google); software per la presentazione (ad esempio Genially, Presentazioni Google, Prezi)

Se lavorate in modalità cartacea:

- fogli a quadretti
- compasso
- goniometro
- squadrette
- penne
- pennarelli
- cartoncini colorati

Prima parte

Per la pubblicazione del volume *Lettere d'amore al tempo della Grande Guerra*, di 180 pagine, voi e Dafne dovreste calcolare:

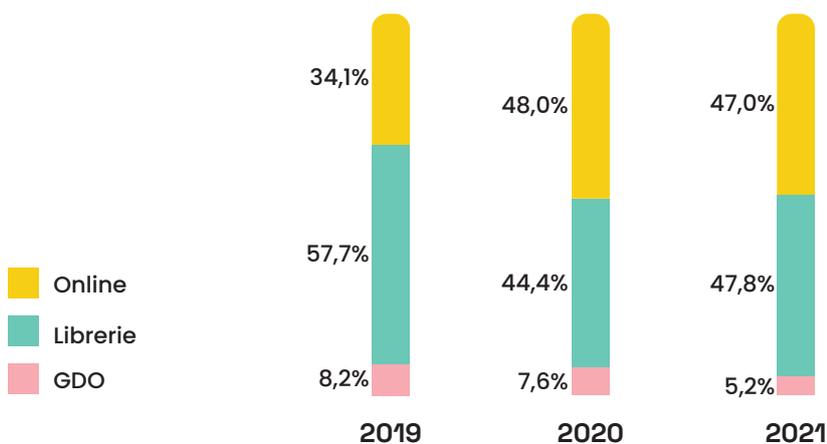
- la tiratura e la distribuzione
- i costi per ogni libro
- il prezzo di copertina
- la percentuale di diritti d'autore e quella per i distributori

Inoltre, dovreste preparare un report da presentare al direttore della casa editrice con tutti i dettagli e uno o più grafici che evidenzino come sono distribuite le spese e i possibili guadagni, per poter giustificare le vostre scelte.

Tiratura e distribuzione

Per decidere la tiratura, ossia il numero di copie da stampare, è necessario sapere se la distribuzione avviene in autonomia o se viene affidata a un ente esterno. La casa editrice dove lavora Dafne affida la distribuzione dei libri a un agente che accetta l'incarico solo se vengono garantite 500 copie per le librerie.

Analizzate quindi i grafici delle quote di mercato negli ultimi tre anni per capire l'andamento delle vendite online, in libreria e nella GDO (grande distribuzione organizzata: i supermercati).



Fonte: Ufficio Studi AIE (Associazione Italiana Editori), www.aie.it

1. Che riflessioni potete fare sulle vendite nei tre canali e come potete spiegare questo fenomeno?
2. Sapendo che 500 libri sono riservati per le librerie, quanti libri devono essere stampati in totale per la vendita online, in libreria e nella GDO, approssimando alle unità, sulla base dell'andamento dei grafici del 2021?
3. Di questi, quanti libri per la vendita online?
4. Quanti per la GDO?
5. Sapendo che una quantità pari al 10% di tutti i libri stampati per la vendita nelle librerie, online e GDO deve restare in magazzino, quanti libri si devono stampare da tenere in magazzino (approssimate per eccesso alle unità)?

6. Quale sarà la prima tiratura (ossia, quanti libri si devono stampare in tutto)?

Analisi dei costi

Una volta stabilita la tiratura, vi dedicate con Dafne a calcolare i costi fissi, ossia quello che la casa editrice dovrà spendere a prescindere dal numero delle copie stampate, e la quota per la tipografia:

- 8,00 euro a pagina per l'editing
- 3,50 euro a pagina per l'impaginazione
- 300,00 euro per la copertina

1. A quanto ammontano i costi fissi senza le spese di tipografia?

2. Quanto costa la stampa per la prima tiratura?

Il costo della tipografia è di

- 2 euro a copia sotto le 1500 copie
- 1,59 euro a copia tra le 1500 e le 3000 copie,
- 1,4 se si superano le 3000 copie

3. A quanto ammontano le spese per tutti i libri (approssimate ai decimi)?

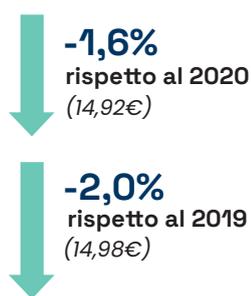
4. Quanto è costato quindi ogni singolo libro (approssimate alle unità)?

Prezzo di copertina

Una volta stabiliti i costi fissi per ogni copia, dovete decidere il prezzo di copertina. Per calcolarlo sapete che i costi del libro devono rappresentare al massimo il 20% del prezzo di copertina.

1. Quale sarà il prezzo minimo al quale il libro potrà essere venduto?

Per capire se il prezzo è adeguato, analizzate i grafici del mercato degli editori italiani nei primi sei mesi del 2021.



Fonte: Ufficio Studi AIE (Associazione Italiana Editori), www.aie.it, su dati NielsenIQ

2. Se un libro dello stesso genere nel 2019 costava 22 euro, quale potrebbe essere un prezzo in linea con le variazioni dei grafici, e superiore a quello stabilito dal precedente calcolo?

Percentuale diritti d'autore e distributori

All'autore andrà una percentuale compresa tra il 6 e il 7% del prezzo di copertina.

1. Quanto si dovrà dare all'autore per ogni copia venduta (approssimate ai decimi)?

La percentuale che spetta ai distributori vale il 60% del prezzo di copertina.

2. Quanti soldi spettano al distributore per la vendita di ogni libro (approssimate ai decimi)?

Parte finale

Report

A questo punto dovete preparare un report per presentare al direttore editoriale i vostri conti.

1. Come prima cosa, create un grafico a torta per rappresentare la percentuale di ogni voce di spesa (costi fissi e tipografia).

Poi, preparate i dati sui possibili ricavi delle vendite online e di quelle di librerie e GDO, supponendo che si riescano a vendere tutti i libri.

2. Quale margine di guadagno ha la casa editrice solo per i libri venduti nelle librerie e online, considerando la percentuale per il distributore nel caso dei libri venduti in libreria, e 3 euro per le spese di spedizione e magazzinaggio nel caso dei libri venduti online (approssimate ai decimi)?

3. Organizzate i dati che avete trovato in un report (digitale o cartaceo) e preparate un discorso per convincere il direttore della validità delle vostre scelte strategiche per abbattere il prezzo di copertina senza danneggiare l'autore e i distributori.



Prodotto da realizzare

Report sul costo di produzione di un libro

Gli alunni e le alunne dovranno risolvere un problema guidato di matematica calcolando le spese e i guadagni che ruotano attorno alla pubblicazione di un libro. Infine, dovranno preparare un report per esporre i risultati della loro ricerca che dovrà includere: un grafico a torta che riporti la percentuale di ogni voce di spesa; i dati sui possibili ricavi derivanti dalle vendite online e in libreria, supponendo che si riesca a vendere l'intera tiratura; la motivazione delle scelte fatte per ottimizzare la produzione.



Consegna per gli studenti

In occasione della Giornata mondiale del libro del 23 aprile, invitiamo i nostri alunni e alunne a calarsi nei panni di un team di lavoro che si occupa del marketing di una casa editrice. Capiranno cosa si nasconde dietro il prezzo di copertina di un libro, dalla tiratura e distribuzione dei libri tra librerie, vendita online e GDO (grande distribuzione organizzata: i supermercati), all'analisi dei costi e delle percentuali per i diritti d'autore e i distributori.



Materiali e strumenti

Modalità di realizzazione digitale:

- dispositivi digitali con connessione a Internet, nel caso in cui si disponga di strumentazione adeguata a scuola o si possa lavorare in modalità BYOD (con dispositivi personali)
- software: fogli elettronici per il calcolo (per esempio Excel o Fogli Google); un software per la presentazione (Genially, Prezi, ecc.)

Modalità di realizzazione cartacea:

- fogli a quadretti, compasso, goniometro, squadrette, penne, pennarelli, cartoncini colorati



Tempi

2 ore circa

Fase 1

AVVIO



15 minuti

10 minuti per la
presentazione

5 minuti per la
suddivisione dei
ruoli nei gruppi

Presentazione dell'attività e analisi condivisa del testo del problema

Leggete il testo del problema insieme ai ragazzi e alle ragazze della classe. Spiegate loro che dovranno immedesimarsi in un team di lavoro che si occupa del marketing di una casa editrice, facendo emergere sia le loro capacità matematiche sia quelle comunicative. Ponete l'accento sulla trasversalità della tematica trattata, che affronteranno attraverso le diverse discipline, alla scoperta del mondo dell'editoria e delle diverse figure professionali che vi ruotano intorno (si può fare riferimento alla "Scheda di presentazione del tema trasversale").

Formazione dei gruppi

Riunite gli alunni in gruppi da tre persone.

IDEA SMART: è consigliabile preparare in anticipo i gruppi facendo in modo che in ognuno ci sia un alunno o un'alunna con una preparazione più solida che assuma il ruolo di coordinatore/coordinatrice.

Organizzate la suddivisione dei compiti. I/Le componenti del piccolo gruppo dovranno ricoprire diversi ruoli:

- responsabile dei calcoli
- responsabile della lettura e della realizzazione dei grafici
- segretario/a (tiene traccia dei ragionamenti e delle risposte)

Avviate il percorso consegnando ai gruppi la scheda studente.

Fase 2

IN MARCIA



45 minuti
per la risoluzione
del problema

Risoluzione del problema

Ogni gruppo deve leggere con attenzione e integralmente il testo del problema. Dopo averlo letto, dovrà analizzare, ragionare e risolvere ciascun punto. Infine, dovrà scrivere le risposte ai seguenti punti con le relative motivazioni.

Tiratura e distribuzione

Calcolo della tiratura e della distribuzione dei libri tra librerie, online e GDO (grande distribuzione organizzata), sulla base dell'analisi dei grafici riportati. Riflessione sui dati dei grafici.

Analisi dei costi

Analisi dei costi fissi sulla base dei dati riportati nella scheda studente.

Prezzo di copertina

Sulla base dei costi e dell'andamento dei grafici riportati, si deve determinare il prezzo di copertina.

Percentuale diritti d'autore e distributori

Si dovrà calcolare la parte che spetta al distributore per ogni copia venduta. Successivamente ogni gruppo potrà decidere in autonomia la percentuale per i diritti d'autore, che deve essere compresa tra il 6% e il 7%, e svolgere i relativi calcoli.

Fase 3

SOSTA



30 minuti
per la preparazione
del report

Rielaborazione

Una volta terminati i calcoli, ogni gruppo dovrà ricontrollarli e preparare un report della sua contabilità da presentarvi in quanto direttore editoriale.

Nel report dovranno essere inseriti:

- un grafico a torta per rappresentare la percentuale di ogni voce di spesa
- i dati sui possibili ricavi derivanti dalle vendite online e in libreria, supponendo che si riesca a vendere l'intera tiratura
- la motivazione delle scelte prese per ottimizzare la produzione

Modalità cartacea Se non si dispone di dispositivi digitali, gli alunni realizzeranno il report su un cartellone, sul quale disegneranno i grafici usando gli strumenti opportuni.

Modalità digitale Se invece si dispone di dispositivi si potrà optare per far lavorare gli studenti su fogli di calcoli elettronici per fare i grafici e su un programma di presentazione (per esempio Genially, Presentazioni Google, Prezi).

Fase 4

ARRIVO



30 minuti
per la
presentazione



Restituzione

Ogni gruppo vi presenterà il suo report.

Al termine della presentazione di tutti i gruppi ci sarà un confronto tra i risultati ottenuti e le diverse strategie trovate.

Strumenti di valutazione

Concluso il lavoro, tornate in piattaforma per compilare la griglia di valutazione e per attivare il diario metacognitivo e i questionari sulle inclinazioni dei vostri studenti e delle vostre studentesse.



Prima parte

Per la pubblicazione del volume *Lettere d'amore al tempo della Grande Guerra*, di 180 pagine, voi e Dafne dovreste calcolare:

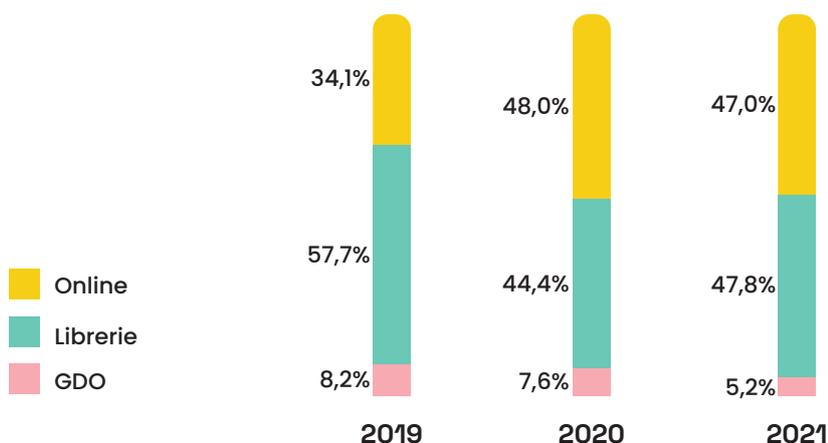
- la tiratura e la distribuzione
- i costi per ogni libro
- il prezzo di copertina
- la percentuale di diritti d'autore e quella per i distributori

Inoltre, dovreste preparare un report da presentare al direttore della casa editrice con tutti i dettagli e uno o più grafici che evidenzino come sono distribuite le spese e i possibili guadagni, per poter giustificare le vostre scelte.

Tiratura e distribuzione

Per decidere la tiratura, ossia il numero di copie da stampare, è necessario sapere se la distribuzione avviene in autonomia o se viene affidata a un ente esterno. La casa editrice dove lavora Dafne affida la distribuzione dei libri a un agente che accetta l'incarico solo se vengono garantite 500 copie per le librerie.

Analizzate quindi i grafici delle quote di mercato negli ultimi tre anni per capire l'andamento delle vendite online, in libreria e nella GDO (grande distribuzione organizzata).



Fonte: Ufficio Studi AIE (Associazione Italiana Editori), www.aie.it

1. Che riflessioni potete fare sulle vendite nei tre canali e come potete spiegare questo fenomeno?

Le vendite della GDO sono in continuo calo. Le vendite nelle librerie hanno subito un calo nel 2020 a causa del lockdown e una ripresa del 3% nel 2021. Sicuramente le librerie hanno subito un crollo nel periodo del primo lockdown, mentre nel 2021 (grazie al fatto che potevano restare aperte) hanno recuperato. Le vendite online, invece, sono aumentate del 14% nel 2020 e poi sono leggermente diminuite nel 2021. Le vendite online infatti sono state sicuramente avvantaggiate proprio nel periodo del lockdown, e si sono mantenute abbastanza alte anche successivamente, forse grazie alle nuove abitudini dei consumatori.

2. Sapendo che 500 libri sono riservati per le librerie, quanti libri devono essere stampati in totale per la vendita online, in libreria e nella GDO, approssimando alle unità, sulla base dell'andamento dei grafici del 2021?

Se 500 corrisponde al 47,8% dei libri, il 100% = 1046

3. Di questi, quanti libri per la vendita online? 47% di 1046 = 492

4. Quanti per la GDO? 5,2% di 1046 = 54

5. Sapendo che una quantità pari al 10% di tutti i libri stampati per la vendita nelle librerie, online e GDO deve restare in magazzino, quanti libri si devono stampare da tenere in magazzino (approssimate per eccesso alle unità)? 10% di 1046 = 105

6. Quale sarà la prima tiratura (ossia, quanti libri si devono stampare in tutto)?

1046 + 105 = 1151

Analisi dei costi

Una volta che stabilita la tiratura, vi dedicate con Dafne a calcolare i costi fissi, ossia quello che la casa editrice dovrà spendere a prescindere dal numero delle copie stampate, e la quota per la tipografia:

- 8,00 euro a pagina per l'editing
- 3,50 euro a pagina per l'impaginazione
- 300,00 euro per la copertina

1. A quanto ammontano i costi fissi senza le spese di tipografia?

$(8 \cdot 180 + 3,5 \cdot 180 + 300) = 1440 + 630 + 300 = 2370$ euro

2. Quanto costa la stampa per la prima tiratura?

Il costo della tipografia è di

- 2 euro a copia sotto le 1500 copie
- 1,59 euro a copia tra le 1500 e le 3000 copie,
- 1,4 se si superano le 3000 copie

2 euro \cdot 1151 = 2302 euro

3. A quanto ammontano le spese per tutti i libri (approssimate ai decimi)?

2370 + 2302 = 4672 euro

4. Quanto è costato quindi ogni singolo libro (approssimate alle unità)? $4672 : 1151 = 4$

Prezzo di copertina

Una volta stabiliti i costi fissi per ogni copia, dovete decidere il prezzo di copertina. Per calcolarlo sapete che i costi del libro devono rappresentare al massimo il 20% del prezzo di copertina

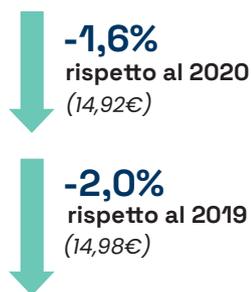
1. Quale sarà il prezzo minimo al quale il libro potrà essere venduto?

20% = 4 euro, 100% = 20 euro (costo di un libro moltiplicato per 5)

Per capire se il prezzo è adeguato Dafne analizza i grafici del mercato degli editori italiani nei primi sei mesi del 2021.



€ 14,68
Prezzo medio nei primi
sei mesi del 2021



Fonte: Ufficio Studi AIE (Associazione Italiana Editori), www.aie.it, su dati NielsenIQ

2. Se un libro dello stesso genere nel 2019 costava 22 euro, quale potrebbe essere un prezzo in linea con le variazioni dei grafici, e superiore a quello stabilito dal precedente calcolo?

Il prezzo di copertina è diminuito del 2%, quindi $22 \text{ euro} - 0,44 \text{ euro} = 21,56 \text{ euro}$

Percentuale diritti d'autore e distributori

All'autore andrà una percentuale compresa tra il 6 e il 7% del prezzo di copertina.

1. Quanto si dovrà dare all'autore per ogni copia venduta (approssimate ai decimi)?

Si ipotizza di dare all'autore il 6,5% del prezzo di copertina. $6,5\% \text{ di } 21,56 = 1,4 \text{ euro}$

La percentuale che spetta ai distributori vale il 60% del prezzo di copertina.

2. Quanti soldi spettano al distributore per la vendita di ogni libro (approssimate ai decimi)?

$60\% \cdot 21,56 = 12,9 \text{ euro}$

Parte finale

Report

A questo punto dovete preparare un report per presentare al direttore editoriale i vostri conti.

1. Come prima cosa, create un grafico a torta per rappresentare la percentuale di ogni voce di spesa (costi fissi e tipografia). **Elaborazione personale**

Poi, preparate i dati sui possibili ricavi delle vendite online e di quelle di librerie e GDO, supponendo che si riescano a vendere tutti i libri. **Elaborazione personale**

2. Quale margine di guadagno ha la casa editrice solo per i libri venduti nelle librerie e online, considerando la percentuale per il distributore nel caso dei libri venduti in libreria, e 3 euro per le spese di spedizione e magazzinaggio nel caso dei libri venduti online (approssimate ai decimi)?

$21,56 \cdot 500 + 21,56 \cdot 492 - [4672 + (12,9 \cdot 500) + (1,4 \cdot 500) + (3 \cdot 492) + (1,4 \cdot 492)] = (10780 + 10607,5) - (4672 + 6450 + 700 + 1476 + 688,8) = 21.387,5 - 13.986,8 = 7400,7 \text{ euro}$

3. Organizzate i dati che avete trovato in un report (digitale o cartaceo) e preparate un discorso per convincere il direttore della validità delle vostre scelte strategiche per abbattere il prezzo di copertina, senza danneggiare l'autore e i distributori.

Elaborazione personale



Valutiamo il percorso

In questa sezione trovate gli strumenti per compiere le attività di valutazione *in itinere* e finale del percorso. Possono essere usati offline, ma alcuni di questi vanno compilati anche online. Diventeranno in tal modo un valido strumento di supporto nel momento della certificazione delle competenze e quando sarà necessario abilitare i percorsi di orientamento personalizzati per gli studenti e le studentesse.

Per il/la docente:

- la **rubrica di valutazione** per osservare i livelli di competenza che gli studenti dimostrano di aver raggiunto nello svolgimento del compito autentico. **Da compilare online**

Per studenti e studentesse:

- un **diario metacognitivo** che a conclusione del percorso svolto abilita un fondamentale momento di riflessione su quanto fatto (che cosa siamo riusciti a fare? In che cosa abbiamo invece incontrato difficoltà?) anche in senso orientativo (riflessione sulle caratteristiche delle professionalità incontrate). **Da compilare online**
- una **check-list** che consente di controllare e monitorare il compito *in itinere*, nel corso delle fasi di lavoro, nonché di riflettere su ciò che si sta facendo e di autovalutare il proprio percorso. **Solo offline**

RUBRICA DI VALUTAZIONE

Da compilare online

	INIZIALE	BASE	INTERMEDIO	AVANZATO
Competenza matematica e competenza in scienze, tecnologie e ingegneria: risoluzione di problemi	L'alunno/a, solo se guidato/a, collega dati con soluzioni.	L'alunno/a, guidato/a nell'analisi, individua dati basilari e adotta procedure adatte alla soluzione di problemi di non grande complessità.	L'alunno/a analizza e comprende i problemi posti, individua e utilizza i dati utili e adotta strategie adeguate per risolvere la prova autonomamente. Nella soluzione utilizza diversi strumenti (schemi, tabelle, grafici, parole e figure) per raggiungere il risultato.	L'alunno/a analizza e comprende i problemi posti, individua, interpreta e utilizza i dati utili, valuta le strategie più adeguate per risolvere la prova in piena autonomia. Nella soluzione utilizza diversi strumenti (schemi, tabelle, grafici, parole e figure) per raggiungere il risultato.

	INIZIALE	BASE	INTERMEDIO	AVANZATO
Competenza matematica e competenza in scienze, tecnologie e ingegneria: usare il calcolo in situazioni reali	L'alunno/a fatica a svolgere procedure di calcolo per risolvere semplici situazioni reali.	L'alunno/a effettua calcoli in situazioni reali poco complesse e usa alcune conoscenze possedute (proprietà, algoritmi) per risolvere problemi specifici reali.	L'alunno/a effettua calcoli in situazioni reali e usa le conoscenze possedute (proprietà, algoritmi) per risolvere problemi specifici reali, verificando la coerenza fra risultati ottenuti e soluzione del problema.	L'alunno/a effettua calcoli in situazioni reali e usa con padronanza le conoscenze possedute (proprietà, algoritmi) per risolvere problemi specifici reali, verificando la coerenza fra risultati ottenuti e soluzione del problema.
Competenza personale, sociale e capacità di imparare a imparare	L'alunno/a di fronte a compiti e materiali nuovi si trova disorientato/a e ha bisogno della guida dell'insegnante per approcciarsi all'attività.	L'alunno/a di fronte a compiti e materiali nuovi riesce a trovare un modo semplice ma corretto per affrontare l'attività proposta, chiedendo all'occorrenza conferma all'insegnante.	L'alunno/a di fronte a compiti e materiali nuovi è in grado di attuare strategie sperimentate e corrette per portare a termine l'attività proposta.	L'alunno/a di fronte a compiti e materiali nuovi trova soluzioni personali per svolgere l'attività proposta, implementando il proprio bagaglio di conoscenze.
Competenza in materia di cittadinanza	L'alunno/a fatica a partecipare in modo corretto e attivo, rispettando ruoli e tempi assegnati, necessitando dell'intervento dell'insegnante.	L'alunno/a partecipa in modo quasi sempre corretto, rispettando ruoli e tempi assegnati, necessitando solo sporadicamente dell'intervento dell'insegnante o dei compagni.	L'alunno/a partecipa in modo corretto e autonomo, rispettando ruoli e tempi assegnati.	L'alunno/a partecipa in modo attivo e propositivo, rispettando ruoli e tempi assegnati e favorendo il coinvolgimento degli altri compagni.



DIARIO METACOGNITIVO

Da compilare online

Ciao, sei qui perché hai appena concluso in classe il compito autentico **Quanto costa un libro?** Qui di seguito trovi alcune domande che ti possono aiutare a riflettere su cosa ti sia piaciuto di più o di meno durante il lavoro in classe e su quanto sia stato facile per te portare a termine il compito che ti è stato assegnato.

Non è un test: non ci sono risposte giuste o sbagliate. Puoi rispondere sinceramente in massima tranquillità.

La mia esperienza di apprendimento

1. Quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni? *seleziona una sola risposta per riga **

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto
Mi è piaciuto svolgere questo compito autentico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ho trovato interessanti le attività proposte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le attività proposte e i compiti assegnati erano alla mia portata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ho avuto difficoltà a rispettare i tempi assegnati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ho avuto difficoltà a collaborare con i miei compagni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Quale fase del compito hai trovato più interessante?

.....

3. Quale fase del compito ti ha creato più difficoltà?

.....

4. Se hai avuto difficoltà nel rispettare i tempi, descrivi brevemente perché.

.....

.....

5. Se hai avuto difficoltà nel collaborare con i tuoi compagni e le tue compagne, descrivi brevemente perché.

.....

.....

6. Se dovessi ripetere questo compito, cosa cambieresti? Che suggerimenti daresti per migliorarlo?

.....

.....

* = risposta obbligatoria

La mia riflessione per l'orientamento

7. Il compito autentico che hai svolto ti ha permesso di conoscere il mondo di alcune figure professionali. Ripensando a quello che hai appreso, quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni? *

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto
Trovo interessante il lavoro del/la responsabile area marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trovo facile immaginarmi da grande nei panni di un/a responsabile area marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Per ognuna delle seguenti affermazioni, indica quanto ti rappresenta. *

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo
Mi piace fare i puzzle	<input type="checkbox"/>				
Mi piace provare a fare degli esperimenti scientifici	<input type="checkbox"/>				
Mi piace la scienza	<input type="checkbox"/>				
Mi appassiona cercare di capire come funzionano le cose	<input type="checkbox"/>				
Sono una persona analitica, rifletto sempre su ogni problema o situazione	<input type="checkbox"/>				
Mi piace avere a che fare con i numeri e i calcoli	<input type="checkbox"/>				
Sono una persona ambiziosa, mi pongo degli obiettivi	<input type="checkbox"/>				
Mi piace provare a convincere le persone con le quali discuto	<input type="checkbox"/>				
Mi piace fare i mercatini e vendere delle cose	<input type="checkbox"/>				
Quando ce n'è bisogno, so assumermi facilmente nuove responsabilità	<input type="checkbox"/>				
Nei lavori di gruppo, mi piace guidare il lavoro degli altri	<input type="checkbox"/>				
Mi piace parlare in pubblico	<input type="checkbox"/>				

* = risposta obbligatoria



CHECK-LIST

Solo offline

Avete analizzato i grafici delle quote di mercato negli ultimi 3 anni e scritto una riflessione sull'andamento delle vendite online, in libreria e nella GDO?	— /1
Avete calcolato il totale dei libri da stampare per la vendita online e nella GDO, e quelli per il magazzino?	— /1
Avete calcolato i costi fissi e le spese per la stampa di tutti i libri e per ogni singolo libro?	— /1
Avete calcolato il prezzo di copertina e verificato che fosse in linea con l'analisi di mercato degli editori italiani?	— /1
Avete valutato e calcolato la percentuale da dare all'autore?	— /1
Avete calcolato la percentuale per i distributori?	— /1
Avete fatto un grafico a torta per rappresentare ogni voce di spesa?	— /1
Avete calcolato i dati sui possibili ricavi delle vendite online e delle librerie, supponendo che si riescano a vendere tutti i libri?	— /1
Avete creato un report chiaro?	— /1
Vi siete preparati un discorso per spiegare le vostre scelte strategiche?	— /1
Totale	— /10