



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria**

Insegnamento: **English Studies – Advertising**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Rosanna Masiola**

SSD: **L-LIN/12**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezione e
110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Inglese**

Anno Accademico 2013-2014

PREREQUISITI

Conoscenza dell'inglese al livello del syllabo del Consiglio d'Europa (QCER) richiesto per le magistrali: livello di partenza B2 (intermedio).

OBIETTIVI FORMATIVI

Consolidare competenze comunicative e strutture di base, per raggiungere competenza comunicativa su Advertising English (oltre che su Marketing and Professional English). Fornire le basi di analisi del discorso pubblicitario, nelle sue varie modalità e multimodalità, si da rendere lo studente, a fine del corso, di potenziare le sue capacità argomentative, critiche ed analitiche in lingua inglese su pubblicità in inglese.

CONTENUTO DEL CORSO

Vengono esaminati ed analizzati dei temi e dei case studies originali, sia di pubblicità a stampa che dei nuovi media. Le tematiche sono circa una decina e si focalizzano sull'evoluzione del gender, dello stereotyping, della pride, e dell'identity, nell'ambito del discorso pubblicitario post-coloniale nel mondo americano, britannico, australiano, africano, etc. Una parte del corso è dedicata anche al tema Made in Italy in USA, e della pubblicità in inglese del Made in Italy, soprattutto come 'product placement' cinematografico.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali del docente su materiali con supporto multimediale, su materiali originali ed autentici del docente, non disponibili in libri di testo.

Viene inoltre costantemente fatto un controllo continuo su fraseologia, terminologia dell'inglese della pubblicità e del marketing, oltre che del Professional English, nonché e testing grammaticale.

Il corso verrà integrato da seminari su 'Italian-American Studies' 'Racism in Advertising'. Alle lezioni si affiancano i lettori trasversali (v. oltre)

TIPO DI ESAME

ESAME SCRITTO: basato su 3 tests: n. 10 'grammar usage', n. 10 frasi con terminologia Advertising and Marketing dall'italiano all'inglese, n. 10 frasi su 'language usage' (verbs).

Tempo max 10 mins ogni test, senza uso dizionario. Il superamento di questo esame è necessario per accedere all'orale.

ESAME ORALE: si svolge in due parti, una su verifica linguistica su elaborato scritto con verifica su grammatica, terminologia e fraseologia del Marketing e dell'Advertising. Poi un colloquio in lingua inglese sulle tematiche sviluppate dal docente nel corso delle lezioni, da scegliere tra quelli che lo studente preferisce. A tale scopo, al momento dell'esame orale, lo studente consegnerà **una lista dattiloscritta**, indicando l'ordine di preferenza degli argomenti prescelti (tra tematiche e i video visionati) analizzati in classe. Il colloquio in inglese verterà su questi argomenti prescelti. Gli studenti sono tenuti a portare tutto il programma.

Si raccomanda l'iscrizione agli esami, sia scritto che orale, e di avere con sé documenti identificativi e il libretto. L'esame scritto ha validità di 12 mesi. Senza voto. Se entro due mesi lo studente non supera l'esame orale, lo scritto decade e bisogna rifare. Il voto è unico, registrato sul libretto al momento dell'orale.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti, e non frequentanti:

- *The Discourse of Advertising*, Guy Cook, Routledge. London
- *Market Leader* – Upper Intermediate, Longman, London. (manuale ed eserciziario per autoapprendimento, completo di cd e con glossario).
- *Designing Brand Identity*, Alina Wheeler, John Wiley, Hoboken (New Jersey).

Filmografia di base: *Thank you for Smoking*, *Quiz Show*, *From Rome With Love*. Etc.

Ulteriori indicazioni su sitografia (USA, UK, etc.), e filmografia verranno dati nel corso delle lezioni.

Tutti i testi indicati nella scheda del corso sono acquistabili online (anche di seconda mano), e reperibili in formato digitale. Per le grammatiche ed altri manuali, consultare i siti de lettorato e dei collaboratori madre lingua (dr. Skelton, dr. Fabbri).

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

The Grammar of Visual Design, G. Kress e T. van Leeuwen. Routledge, London.

The history of advertising language: the advertisements in The Times from 1788-1996 S. Gleszinger, Peter Lang, Bern.

English for sale: a study of the language of advertising. L. Hermeren, Lund U.P.

English in advertising: a linguistic study of advertising in Great Britain. G.Leech, Longman.

Altre indicazione su sitografia e filmografia ed altri riferimenti utili, verranno date nel corso delle lezioni.

ALTRE INFORMAZIONI

email dr.Giovanni Skelton: johnandrew.skelton@unistrapg.it

email dott.ssa Loredana Fabbri: loredana.fabbri@unistrapg.it

Ulteriori crediti si possono acquisire con il seminario prof. Anthony Tamburri (University of New York, Queens College) su lingua inglese e *Italian American Studies*. Consultare avvisi.

Si ricorda che è stata avviata una collaborazione con il British Council per la certificazione di inglese (Ielts), finalizzata a programmi di mobilità.

I lettori sono attivati tutto l'anno. Sono **imprescindibili** dal corso, e sono trasversali, con suddivisione in piccoli gruppi, a seconda del livello di partenza. Consigliabile la frequenza da subito. Si prega di consultare il sito ed i programmi online dei lettori (dr Skelton) e (dott.ssa Fabbri). La frequenza è fondamentale, per progredire nei livelli e nella pratica della lingua parlata. A conclusione del corso gli studenti devono aver raggiunto un livello avanzato (C).

Gli studenti sono tenuti a colmare i 'debiti' pregressi su inglese, e le inadeguatezze rilevate all'esame di ammissione.