



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2014-2015

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria**

Insegnamento: **English Studies**

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**

PREREQUISITI

Conoscenza dell'inglese: **minimo** livello B2

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso ha come obiettivo quello di consolidare competenze comunicative dell'inglese e di sviluppare competenze nell'uso dell'inglese (ESP) che permettano di raggiungere i livelli richiesti nelle università EU: English for Advertising, Branding and Marketing, Media English, Business English e Professional English.

E' mirato altresì formare una nuova figura professionale quale il 'controllore linguistico-culturale' sulla comunicazione pubblicitaria globale in lingua inglese, specie su 'product placement' del Made in Italy.

CONTENUTO DEL CORSO

Oltre al controllo continuo tramite testing ed esercitazioni su terminologia e fraseologia, verranno esaminati dei case studies originali di branding e product placement multimodali. Il focus è su globalizing the Made in Italy, suddiviso in due aree: a. advertising Italian brands, b. Italian products advertised in UK, USA, Australia, etc. Le tematiche sono circa una decina e si focalizzano sulla variabilità cross-culturale dello ethnic stereotyping, della 'pride and identity', del 'luxury branding and me-too product'.

Il corso si integra con il laboratorio su *Fashion, Jewels and 'The Made in Italy'*, Laboratory programmato ottobre 2014 (20 ore: 3 crediti, verifica finale).

Il laboratorio è aperto anche a non frequentanti. Consultare parte scheda programma *Fashion, Jewels and 'The Made in Italy'*

Per studenti non frequentanti

Per studenti non-frequentanti: è programmato un seminario di approfondimento al II semestre, con 'simulazione di esame', in data da annunciare.

TIPO DI ESAME

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

Tempo max 15 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 su elaborato scritto (grammatica, terminologia e fraseologia specialistica). Poi un colloquio in lingua inglese sulle tematiche sviluppate dal docente nel corso delle lezioni. A tale scopo, al momento dell'esame orale, lo studente consegnerà **una lista stampata, battuta a macchina**, indicando l'ordine di preferenza degli argomenti prescelti (tra tematiche e i video visionati) nell'ambito del programma del corso. Il colloquio in inglese verterà su questi argomenti prescelti. Gli studenti sono tenuti a portare tutto il programma (lingua e tematiche).

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.

All'esame lo studente dovrà avere con sé il libretto e documenti identificativi. Non sono concessi esami al di fuori di quelli in date prestabilite. Si prega di evitare di presentarsi all'esame di inglese con il problema 'ultimo esame'.

TESTI DI RIFERIMENTO

Il docente usa materiali propri autentici ed aggiornati, basati su ricerche non ancora pubblicate. Si invitano gli studenti a concordare con i lettori le grammatiche di uso sull'inglese. Vedi oltre testi di consultazione e di approfondimento. Ulteriori indicazioni su risorse online, sitografia, trailers youtube verranno fornite nel corso delle lezioni e seminari, e su SSWEB):

Per frequentanti, e non frequentanti relativo al discorso pubblicitario e tematiche connesse:

- Guy Cook, *The Discourse of Advertising*, Routledge, London (2001, 2nd ed.)
- Alina Wheeler, *Designing Brand Identity*, Wiley, Hoboken, NJ. And New York, (2012, 4th ed.)
- Mark Tungate, *Adland: A Global History of Advertising*, Kogan Page, Philadelphia, (2007)

Per la parte relativa alla lingua inglese del marketing, della comunicazione pubblicitaria, e utili per autoapprendimento, da livello B2 a C2, i seguenti manuali:

David Falvey, Simon Kent and David Cotton, *Market Leader*, Upper Intermediate, Longman, London, 2013. 3rd edition (Manuale per self-study, con unità, cd e glossario. Disponibile anche con dvd)

Barry Tomalin, *Key Business Skills*, Collins, 2013. (for presentations)

Bob Dignen and Ian McMaster, *Effective International Business Communication*, Collins, London 2013.

Ian Badger, *English for Business: Listening*, Collins, London, 2013 (cd). Also Available on the Appstore.

Filmografia,

Thank you for Smoking,

Quiz Show,

From Rome With Love

The Hudsucker Proxy

Roman Holidays

POM: Wonderful Presents The Greatest Movie Ever Sold

Death in the West

Tutti i testi indicati nella scheda del corso sono acquistabili online (anche di seconda mano), e/o reperibili in formato digitale. Per le grammatiche ed altri manuali, consultare i siti del lettorato di lingua inglese.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Lars Hermerén, *English for sale: a study of the language of advertising*, Lund University Press, Lund (1999).
- Geoffrey Leech, *English in Advertising. A Linguistic Study of Advertising in Great Britain*, Longmans (1966).
- Marc Loiseau and Stéphane Pincas (eds.) *Born in 1942. A History of Advertising*. Publicis Groupe, Paris (2006).
- Gunther Kress and Theo van Leeuwen, *The Grammar of Visual Design*, Routledge, London.

ALTRE INFORMAZIONI

Per la parte grammaticale e riferimenti, si rimanda al lettorato. La frequenza al lettorato è necessaria per raggiungere un livello adeguato della lingua. **Inoltre si ricorda che chi non avesse raggiunto un livello adeguato al test di ammissione per le lauree magistrali, sarà tenuto colmare questa lacuna. Lo stesso dicasi per debiti formativi.** Pregasi vedere programmi e le regolamentazioni relative lettorati di lingua inglese.

Si informa che è stata attivata presso la nostra Università la convenzione con il British Council per la certificazione della lingua inglese. Si ricorda che per la partecipazione al programma Erasmus o altre borse è richiesta una certificazione di livello adeguato.

Si ricorda che gli studenti in scambio (Erasmus, etc.) sono tenuti a rispettare le date stabilite nel calendario degli esami, e che non si possono anticipare esami.