



Università  
per Stranieri  
di Perugia

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria, Storytelling e Cultura d'immagine**

Insegnamento: **Psicolinguistica, pubblicità e marketing**

Anno di corso: **I**

Semestre: **I**

Docenti: **Elisa Di Domenico** (3 CFU), **Stefania Scaglione** (3 CFU)

SSD: **L-LIN/01**

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: **Italiano**

## **PREREQUISITI**

---

È necessario avere una buona padronanza della lingua italiana.

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

Il corso introduce allo studio della psicolinguistica i cui temi principali sono il linguaggio umano, lo studio della percezione, dell'elaborazione e dell'acquisizione linguistica. Gli obiettivi formativi sono:

- conoscere i concetti di base relativi alla psicolinguistica e alla neurolinguistica (studio del cervello e della neurofisiologia della percezione);
- conoscere quali sono i meccanismi neurofisiologici che intervengono nell'elaborazione del linguaggio da parte dell'adulto;
- capire la relazione tra percezione e attenzione;
- conoscere i sistemi di memorizzazione;
- capire e approfondire il ruolo della ricerca in psicologia e neurologia applicata alla pubblicità, al marketing e al design;
- conoscere gli strumenti e le metodologie d'indagine e di studio utilizzate nel neuromarketing e nel neurodesign.

- saper applicare le conoscenze acquisite al contesto pubblicitario e al mondo del marketing.

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

Nella prima parte del corso verranno presentate le metodologie d'indagine della disciplina, per fornire agli studenti strumenti utili a comprendere le dinamiche dei processi cognitivi che sono alla base delle abilità linguistiche. Verranno esaminati e discussi:

- i meccanismi di apprendimento della lingua materna per comprendere come emerge la lingua nei bambini e in che modo si sviluppa la grammatica;
- le aree cerebrali coinvolte nella comprensione e produzione del linguaggio, nella visione e nella memorizzazione;
- i sistemi di elaborazione della L1 da parte degli adulti (l'organizzazione del lessico mentale, i meccanismi di accesso lessicale, le caratteristiche psicolinguistiche delle parole e delle frasi; l'organizzazione del componente computazionale della grammatica e la nozione di complessità in sintassi)
- la percezione visiva e il processo di lettura

Nella seconda parte del corso verranno esaminati e discussi:

- la relazione tra percezione e attenzione e il rapporto tra attenzione e memoria;
- le aree cerebrali coinvolte nel processo di memorizzazione e i sistemi di memoria;
- il ruolo della psicolinguistica e della neurolinguistica applicate alle ricerche relative alla pubblicità e al marketing e l'utilizzo delle nuove tecnologie;
- Il design e il marketing emozionale, il marketing sensoriale, il neuromarketing, il marketing esperienziale, la diffusione virale delle idee.

## **METODI DIDATTICI**

---

### Per studenti frequentanti

Il corso si svolgerà attraverso lezioni frontali e attività seminariali (in presenza o in modalità a distanza). Agli studenti viene richiesto di fare letture per l'approfondimento degli argomenti presentati in classe e di fare una presentazione in aula.

### Per studenti non frequentanti

Supporto alla comprensione dei testi di riferimento e approfondimento. Supporto alla preparazione di una presentazione delle letture di approfondimento.

La presentazione in classe delle letture di approfondimento viene sostituita dalla presentazione alla commissione d'esame.

Nel caso in cui le condizioni generali relative all'emergenza epidemiologica lo richiedano, saranno adottate modalità di didattica mista (che integrino l'insegnamento in presenza e quello a distanza) o modalità didattiche completamente a distanza, anche grazie alle piattaforme digitali a disposizione.

## **METODI DI ACCERTAMENTO**

---

### Per studenti frequentanti

Gli studenti frequentanti avranno l'opportunità di fare una prova scritta con domande aperte (durata di 90 minuti) alla fine del corso; in alternativa, potranno sostenere una prova orale nei regolari appelli d'esame. Qualora fossero adottate modalità didattiche completamente a distanza, la prova scritta alla fine del corso sarà sostituita da esercitazioni orali (per il primo modulo) e scritte (per il secondo modulo).

Durante le prove scritta e orale vengono verificate le conoscenze dello studente in relazione al programma di studio, con un'attenzione particolare all'approfondimento degli argomenti specificati nel "Contenuto del corso". Per la valutazione, vengono tenute in considerazione le capacità di sintesi, di ragionamento, di analisi critica e la capacità di applicare le conoscenze acquisite all'analisi di casi concreti (p. es. messaggi e campagne pubblicitarie).

### Per studenti non frequentanti

Gli studenti non frequentanti sosterranno una prova orale, nel corso della quale presenteranno alla commissione d'esame anche un articolo di approfondimento tra quelli resi disponibili sulla piattaforma LoL-webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/>). Durante la prova orale vengono verificate le conoscenze dello studente in relazione al programma di studio, con un'attenzione particolare all'approfondimento degli argomenti specificati nel "Contenuto del corso". Per la valutazione, vengono tenute in considerazione le capacità di sintesi, di ragionamento, di analisi critica e la capacità di applicare le conoscenze acquisite all'analisi di casi concreti (p. es. messaggi e campagne pubblicitarie).

Per gli studenti con DSA, la cui certificazione sia depositata presso la Segreteria Studenti, sono previste misure compensative e/o dispensative. Le richieste saranno valutate caso per caso allo scopo di adattare il programma e le modalità d'esame alle singole esigenze. A tal fine è necessario contattare il docente con congruo anticipo, anche mediante la Commissione disabilità e DSATESTI

## **DI RIFERIMENTO**

### Per studenti frequentanti

- Cacciari, C., *Psicologia del linguaggio*, Bologna, Il Mulino, 2011.
- Russo V., *Psicologia della comunicazione e neuromarketing*, Torino/Milano, Pearson, 2017 (disponibile anche in edizione digitale: ISBN 9788891912268).
- Letture indicate durante le lezioni. – I materiali presentati in classe saranno resi disponibili nella piattaforma LoL

### Per studenti non frequentanti

- Cacciari, C. *Psicologia del linguaggio*, Bologna, Il Mulino, 2011.
- Russo V., *Psicologia della comunicazione e neuromarketing*, Torino/Milano, Pearson, 2017 (disponibile anche in edizione digitale: ISBN 9788891912268).
- Letture indicate durante le lezioni (disponibili nella piattaforma LoL-webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/>)).

## **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

---

- Anolli L., Legrenzi P., *Psicologia generale* (quinta edizione), Bologna, Il Mulino, 2012.
- Cavazza, N., *Comunicazione e persuasione*, Bologna, Il Mulino, 2017.
- De Vincenzi, M.; Di Matteo, R., *Come il cervello comprende il linguaggio*, Roma-Bari, Laterza, 2004. (disponibile anche in ebook: ISBN 9788858119198).
- Job, R., Cubelli, R. *Psicologia dei processi cognitivi*, Roma, Carocci, 2012.
- Lindstrom M., *Neuromarketing*, Milano, Apogeo, 2009.
- Schacter, D.L., *Alla ricerca della memoria*, Torino, Einaudi, 2001.

## **ALTRE INFORMAZIONI**

---

e-mail docenti:

elisa.didomenico@unistrapg.it

stefania.scaglione@unistrapg.it