



Università  
per Stranieri  
di Perugia

**Anno Accademico 2021-2022**

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria, storytelling e cultura d'immagine**

Insegnamento: **Laboratorio di scrittura creativa e modelli di storytelling**

Curriculum: **unico**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Toni Marino**

SSD: **L-FIL-LET/14**

CFU: **3**

Carico di lavoro globale: **75 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **20 ore di lezione e 55 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

## **PREREQUISITI**

---

Buona conoscenza della lingua e della cultura italiana. Per gli studenti stranieri che non possiedono una solida padronanza della lingua italiana si raccomanda di frequentare prima i lettori offerti dall'Ateneo e di avvalersi del tutorato linguistico.

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

Conoscenza e comprensione

- (a) conoscenze di scrittura creativa e storytelling verbale, associati all'immagine statica e dinamica, per la comunicazione pubblicitaria;
- (b) cluster semantico e tipi di cluster finalizzati alla individuazione di words set
- (c) espansioni semantica con uso di agganci interdiscorsivi
- (d) Leggibilità, velocità e ritmo nella scrittura creativa
- (e) uso della scrittura associata all'immagine statica e dinamica

Capacità di applicare conoscenza a comprensione

- (f) la scrittura nei siti web
- (g) la scrittura per la web advertising: annunci rete ricerca, banner, video in banner, native advertising
- (h) la scrittura nella pubblicità per social network

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

Il laboratorio è strutturato in tre moduli: (1°) tecniche di scrittura creativa e verbal storytelling (cluster semantico, stesura ed espansione transmediale, agganci semantici, verifica dei tempi, del ritmo, della stimolazione percettiva ed emotiva); (2°) storytelling per l'immagine (press adv, sceneggiatura dello spot); (3°) storytelling per la web adv (web site, banner e video banner google ads, native adv, social adv).

## METODI DIDATTICI

---

### Per studenti frequentanti

Il laboratorio è organizzato in sessioni di lavoro (in presenza o in modalità a distanza). Ogni sessione di lavoro è strutturata in 4 momenti: (1) presentazione e discussione di un caso studio; (2) illustrazione della strategia comunicativa; (3) guida per la progettazione di una comunicazione strategica; (4) realizzazione di un mini-progetto di comunicazione pubblicitaria.

### Per studenti non frequentanti

Le lezioni potranno essere seguite a distanza in asincrono tramite la piattaforma di ateneo LOL – webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/login/index.php>) alla quale si potrà avere accesso tramite le credenziali fornite dalla segreteria studenti. Con la stessa cadenza delle sessioni d'aula, saranno pubblicate video-guide, guide e un compito per la realizzazione di un obiettivo di comunicazione pubblicitaria.

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

---

L'acquisizione dei CFU è condizionata allo svolgimento di tutti i compiti di comunicazione pubblicitaria del laboratorio. Attraverso i compiti sarà verificata l'acquisizione corretta delle conoscenze di base di business storytelling e la capacità di implementare le stesse in progetti di comunicazione pubblicitaria a carattere multiculturale e interculturale. Alla fine del laboratorio, poi, gli studenti sosterranno, negli appelli regolari delle sessioni di esame, un compito scritto in cui dovranno svolgere un lavoro creativo di scrittura pubblicitaria applicando una o più tecniche studiate durante il laboratorio.

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 DSA.

## TESTI DI RIFERIMENTO

---

### Per studenti frequentanti

- Emanuele Gabardi, Vittoria Morganti (a cura di), *Web advertising. Campagne pubblicitarie che corrono on line*, Milano, Franco Angeli, 2018\*

### Per studenti non frequentanti

- Emanuele Gabardi, Vittoria Morganti (a cura di), *Web advertising. Campagne pubblicitarie che corrono on line*, Milano, Franco Angeli, 2018.

## TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

---

- Cole Nassbaumer Knaflic, *Storytelling with data. A data visualization guide for business professionals*, Hoboken New Jersey, John Wiley & Sons, 2015.

## ALTRE INFORMAZIONI

---

Il docente è disponibile per ulteriori richieste e approfondimenti all'indirizzo [toni.marino\(at\)unistrapg.it](mailto:toni.marino(at)unistrapg.it).

---

\* Disponibile in formato kindle