



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2022-2023

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria,
Storytelling e Cultura d'Immagine (Compsi)**

Insegnamento: **English for Advertising**

Anno di corso: **I**

Semestre:

- Corso monografico: **II semestre**

(prof. Renato Tomei)

- Esercitazioni di Lingua: **I e II semestre**

(a cura del CEL)

Docente: **Renato Tomei**

SSD: **L-LIN/12**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: 40 ore di lezioni a cura del Docente titolare e 110 ore di studio individuale per maturare la competenza linguistica richiesta in uscita (C1). A tal fine, lo studente può frequentare i Lettorati che i CEL svolgono nei due semestri.

Lingua di insegnamento: **Inglese**

PREREQUISITI

Per studenti frequentanti e non frequentanti è richiesta una conoscenza della lingua inglese di **livello B2** del QCER.

Per gli studenti che non posseggono il livello di competenza linguistica B2 richiesto in entrata, si rende necessario frequentare le esercitazioni di lingua inglese che i CEL svolgono nel corso dei due semestri.

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenze e comprensione

Parte linguistica (I e II semestre - CEL)

- Consolidare le strutture linguistico-grammaticali dell'Inglese già acquisite, fino al raggiungimento del livello C1 (QCER)

Parte monografica (II semestre – Docente titolare)

- sviluppare le capacità comunicative, argomentative, critiche ed analitiche nell'ambito della pubblicità in lingua inglese, al fine di facilitare l'accesso competitivo in ambito professionale.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

- acquisire la *critical language awareness* e le abilità comunicative richieste in contesti d'uso dell'inglese internazionale, quali la pubblicità ed il marketing.

CONTENUTO DEL CORSO

Parte linguistica (I e II semestre - CEL)

La parte grammaticale e di uso della lingua, svolta in raccordo con il lettore madrelingua, verterà in particolare sui seguenti temi:

- Present and Past Tenses (from Preparazione alla Cattedra LM - Primo Semestre)
- Idioms
- Noun compounds and noun phrases
- Conditionals
- Dependent Prepositions
- Gerunds
- Adverbs of Degree
- Passives

Parte monografica (II semestre – Docente titolare)

La parte monografica è incentrata sullo studio e l'analisi della comunicazione nell'inglese pubblicitario, sia pratica che teorica, ed affronta i seguenti temi:

1. GLOBAL ENGLISH
2. INTERCULTURAL COMMUNICATION
3. UPGRADING PROFESSIONAL PRESENTATION SKILLS
4. CROWDFUNDING AND CROWDSOURCING
5. INTERNATIONAL BRANDS AND THEIR FAILURES IN AD
6. NETSPEAK
7. ADVERTISING LINGUISTICS

Il corso, inoltre, mira a sviluppare le abilità e le competenze comunicative in ambito professionale, attraverso una serie di *professional presentations* in lingua inglese, durante le quali gli studenti presentano un progetto da loro sviluppato, il cui tema viene assegnato dal docente all'inizio del corso. Tale attività, che comunque non è obbligatoria, può essere svolta anche in gruppo.

METODI DIDATTICI

L'erogazione didattica avverrà in presenza o a distanza, tramite piattaforma digitale.

Per gli studenti Frequentanti

L'attività didattica, condotta in inglese, consiste in lezioni comunicative, con discussione e lavori di gruppo sui temi trattati.

Il corso si avvale di supporti multimediali digitali e di materiali autentici, anche sviluppati su social and professional media, legati alla pubblicità e al marketing.

Per gli studenti non frequentanti

Il punto di riferimento principale per gli studenti non frequentanti è la piattaforma e-learning LOL-webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/>), dove saranno disponibili tutti i documenti e le informazioni relative ai temi trattati dal docente, nonché i materiali di approfondimento.

METODI DI ACCERTAMENTO

L'esame è solo orale e si basa su:

- grammatica (v. Sezione "Contenuto del corso – Parte linguistico-grammaticale")
- temi trattati dal docente (v. Sezione "Contenuto del corso – Parte specialistica")
- terminologia (Glossario su LOL- webclass: <https://lol.unistrapg.it/moodle/>).

È obbligatoria la prenotazione online attraverso Esse3web. Gli studenti che, una volta prenotati, decidessero di non presentarsi, sono tenuti a cancellarsi dal sistema prima dell'appello.

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 per le differenze e l'inclusione (differenze-inclusione@unistrapg.it).

TESTI DI RIFERIMENTO

Il materiale del corso viene predisposto dal docente e reso disponibile sulla piattaforma e-learning LOL-webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/>) con scadenza settimanale a partire dalla prima lezione. Non vi è un manuale di riferimento.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

Per gli studenti frequentanti e non frequentanti è fondamentale la consultazione continua della pagina LOL-webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/>), dove verranno fornite agli studenti indicazioni su ulteriori testi e risorse (siti internet da visitare, sussidi audiovisivi etc.).

Inoltre, si suggerisce l'approfondimento attraverso i seguenti testi:

Cook G. (1992), *The Discourse of Advertising*. London: Routledge.

Kress G. e T. Van Leeuwen (2006), *The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

Tomei R. (2015), *Advertising Culture and Translation: from colonial to global*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.

Cotton D, Falvey D and S Kent (2011) *MARKET LEADER* – Upper Intermediate. Business English Course Book. –3rd Edition. London: Pearson.

ALTRE INFORMAZIONI

Il Docente riceve su appuntamento (da concordare via email) ed è reperibile all'indirizzo di posta elettronica: renato.tomei@unistrapg.it.