



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'ESAME

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

Insegnamento: **Psicolinguistica, pubblicità e marketing**

Anno di corso: **I**

Semestre: **I**

Docente: **Elisa Di Domenico**

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**

Anno Accademico 2022-2023

PREREQUISITI

È necessario avere una buona conoscenza della lingua italiana. Per gli studenti stranieri che non possiedono una solida padronanza della lingua italiana si raccomanda di frequentare i lettori offerti dall'Ateneo e di avvalersi del tutorato

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 e comprendere:

- i concetti di base relativi alla psicolinguistica e alla neurolinguistica
- il processo di acquisizione linguistica
- i meccanismi neuropsicologici che intervengono nell'elaborazione del linguaggio da parte dell'adulto;
- la relazione tra percezione e attenzione;
- i sistemi di memorizzazione;
- il ruolo della ricerca in psicolinguistica e neurolinguistica applicata alla pubblicità e al marketing;
- gli strumenti e le metodologie d'indagine e di studio utilizzate in psicolinguistica e nel neuromarketing.

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 linguistica 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 neuromarketing.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Il corso si svolgerà attraverso lezioni frontali e attività seminariali. Agli studenti verranno consigliate letture di approfondimento degli argomenti presentati in classe e verrà data l'opportunità di fare una presentazione in classe. 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.

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.

METODI DI ACCERTAMENTO

Per studenti frequentanti

Gli studenti frequentanti avranno l'opportunità di sostenere una parte dell'esame con una prova (scritta o orale) con domande aperte alla fine del corso; in alternativa, potranno sostenere una prova orale nei regolari appelli d'esame. Durante le prove verranno 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.

Per studenti non frequentanti

Gli studenti non frequentanti sosterranno una prova orale, nel corso della quale potranno presentare alla commissione d'esame anche un articolo di approfondimento. Durante la prova orale verranno 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.

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

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).

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).

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- De Vincenzi, M.; Di Matteo, R., *Come il cervello comprende il linguaggio*, Bari, Laterza, 2004.
- Job, R., Cubelli, R. *Psicologia dei processi cognitivi*, Roma, Carocci, Roma, Carocci, 2012.
- Cavazza, N., *Comunicazione e persuasione*, Bologna, Il Mulino, 2017.
- Anolli L., Legrenzi P., *Psicologia generale* (quinta edizione), Bologna, Il Mulino, 2012.
- Gallucci F, *Marketing emozionale e neuroscienze*, Milano, Egea, 2011.
- Letture indicate durante le lezioni.

ALTRE INFORMAZIONI

e-mail docente:

elisa.didomenico(at)unistrapg.it

Il ricevimento studenti avverrà a distanza o in presenza, a seconda dell'evolvere delle condizioni sanitarie. Si prega di contattare la docente via email per concordare un appuntamento.