



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2011-2012

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 lezioni**

frontali e 110 ore di studio individuale

Lingua di insegnamento: **inglese/italiano**

PREREQUISITI

Conoscenza dell'inglese al livello del Qcer (Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue) B2: per arrivare al C1 e C2 alla fine del corso.

OBIETTIVI FORMATIVI

Consolidare le competenze apprese nella laurea triennale, fino al raggiungimento del livello stabilito per le lauree specialistiche (C1-C2) nell'ambito dell'inglese professionale, della pubblicità, e del marketing e della comunicazione internazionale, con terminologia e fraseologia appropriata. Acquisire capacità di analisi dei messaggi pubblicitari in lingua. Potenziare l'inglese della comunicazione e l'inglese professionale, obbligatorio già al triennio. Raggiungere il inglese, e nelle sue varietà (ELF e *English Language Varieties*). Essere in grado di avere un approccio analitico e critico al testo pubblicitario e soprattutto in grado di valutare la qualità del messaggio redatto in lingua inglese o tradotto in lingua inglese.

CONTENUTO DEL CORSO

Il corso si svolge su due linee: una linguistica di pratica e di verifica volta a aumentare le conoscenze dell'inglese della pubblicità e del marketing. L'altra culturale e analitica è volta ad esaminare delle tematiche nell'ambito del discorso pubblicitario, attraverso uso di *case studies* emblematici in traduzione. E' volta ad affinare le capacità critiche ed analitiche sull'errato uso della lingua inglese, e dei disastri nella pubblicità per conflitti linguistici e culturali, razziali ed etnici.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali del docente con analisi e comparazioni di materiali autentici, repertori originali sviluppati dal docente e filmati. Sono previste verifiche di controllo continuo. Sono previsti seminari di approfondimento su alcune tematiche cardine. Si affiancano le esercitazioni di lettorato, mirate al raggiungimento della competenza linguistica richiesta per la specialistica, che parte dal B2 per arrivare al livello C1-2.

TIPO DI ESAME

Prima parte SCRITTO: esame scritto, basato su n. 3 tests somministrati uno per volta (tempo circa 15 min.), che devono essere superate.

Più specificatamente:

- 10 frasi con focus grammaticale da tradurre in inglese
- 10 frasi con focus terminologico-fraseologico da tradurre in inglese

Prova di uso della lingua inglese su testo inglese (riempire spazi)

NON E' CONCESSO USO DIZIONARIO. Le frasi devono essere fatte tutte, in sequenza. Non saranno considerati **elaborati scritti a matita o colori di fantasia**, corretti in modo illeggibile e incomprensibile. VALGONO LE NORME DISCIPLINARI IN USO NEI CONCORSI PUBBLICI e nelle UNIVERSITA'.

Lo scritto è valido 12 mesi. Si pregano gli studenti che non superino lo scritto di fare attenzione alle date stabilite per la visione dei loro compiti. Le prove positive vengono visionate al momento dell'esame orale.

Gli elaborati sono documenti ufficiali: pertanto non possono essere consegnati agli studenti.

Seconda parte ORALE: colloquio in lingua inglese sul programma svolto. Si analizzano gli errori del compito scritto.

Gli studenti sono tenuti a portare al momento dell'esame una **lista dattiloscritta di suoi personali argomenti preferenziali**, dalle tematiche trattate dal docente nel corso delle lezioni o dal seminario (argomenti scelti: da un min. 5 a max 10). Il colloquio orale verterà su questi temi, più verifica della parte relativa alla terminologia e fraseologica specialistica.

TESTI DI RIFERIMENTO

Altre indicazioni verranno comunicati in seguito. Per i testi delle grammatiche di base si prega fare riferimento ai lettori. Per chi non avesse conoscenze di base del Business English, fondamentale e raccomandato è il Business English *Market Leader*, Longman, Upper Intermediate, (sia frequentanti, non frequentanti).

Per frequentanti: e per non-frequentanti, specie per chi intraprende il lavoro di ricerca per tesi:

- *The Discourse of Advertising*, autore Guy Cook, Routledge. Londra.
- *The Language of Advertising*, autore Angela Goddard, Routledge (manualetto)*.
- *Designing Brand Identity*, autore Alina Wheeler, Wiley, N.Y.
- *The Grammar of Visual Design*, autori L. Van Leeuwen e G. Kress, Routledge, Londra.
- *Key Debates in the Translation of Advertising Material*, a c. di Beverly Adab e Cristina Valdés, Special Issue THE TRANSLATOR, St. Jerome, Manchester.
- *Wordplay in Translation*, a c. di Dirk Delabastita, Special Issue, THE TRANSLATOR, St. Jerome, Manchester.
- *Translating Cultures*, autore David Katan, St. Jerome, Manchester, (il cap. su 'Negotiating').
- *Language to Language*, Chris Taylor, CUP, Cambridge. (il cap. Su Advertising).
- *Advertising, the Uneasy Persuasion: its dubious impact on the American society*, autore Schudson, Routledge. Londra.

Per non frequentanti:

Dai testi su elencati lo studenti sceglierà dei **capitoli a scelta, in totale 8**. Si esclude il manualetto.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- *Il Fascino del Tradurre*, autore R. Masiola, Guerra, Perugia.
- *Food for Thought. La traduzione è servita!*, autore R. Masiola, Università Trieste (EUT), Trieste.

Riferimenti utili per il discorso su 'Fashion and Food' e la sua traducibilità, e marginalmente utili per pubblicità nel testo letterario.

ALTRE INFORMAZIONI

Per gli orari dei lettorati si prega di consultare il sito dell'università. I lettorati iniziano da metà ottobre e vanno fino al 1 giugno, come da calendario accademico.

Qualsiasi cambiamento di orario e di date esami, sospensione lezioni, viene notificato attraverso gli avvisi delle pagine web dell'università.

Tutti gli studenti hanno l'obbligo di iscriversi agli esami. In caso di mancata iscrizione sono pregati di contattare i servizi responsabili.

Per quanto riguarda la possibilità di fare la certificazione, nell'arco dell'anno verranno fornite ulteriori informazioni. Certificazioni scadute, con livelli non specificati o inadeguati, rilasciate da enti non facenti parte dell'ALTE, non possono in alcun modo dare titolo ad idoneità o crediti.

Per l'anno 2012 si fa riferimento esclusivamente a questo programma. Coloro che si presenteranno nella sessione straordinaria di gennaio e febbraio possono portare il programma dell'anno 2011. Altri programmi sono ampiamente scaduti. Fa fede **esclusivamente** il programma stabilito dal docente titolare di cattedra. Non si confondano i manuali per le esercitazioni dei lettorati di supporto e integrativi alla cattedra, come programmi e unici testi d'esame.

Gli studenti sono tenuti a portare al momento dell'esame una **lista dattiloscritta di personali argomenti preferenziali**, trattati dal docente nel corso, o nel seminario. Per i non-frequentanti i capitoli nei testi obbligatori e di riferimento. Il colloquio orale in lingua inglese verterà su questi temi, più verifica della parte relativa alla terminologia e fraseologica specialistica.

SI CONSIGLIA VIVAMENTE DI SOSTENERE L'ESAME ENTRO IL PRIMO ANNO: ciò per evitare di portarlo come ultimo esame prima della laurea.

L'esame avviene nelle date fissate dal docente annualmente e sono consultabili online. L'iscrizione all'esame online sul sito dell'Università è istituzionalmente obbligatoria, pena l'esclusione.