



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2011-2012

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria**

Insegnamento: **Semiotica del testo**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Giovanna Zaganelli**

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

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: **italiano**

PREREQUISITI

Nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Obiettivo del corso è quello di fornire dapprima alcuni elementi essenziali di introduzione alla teoria della narrazione. Ci si soffermerà, poi, soprattutto sulla narratività dei linguaggi pubblicitari veicolati in differenti canali: spot, trailer, annunci cartacei.

CONTENUTO DEL CORSO

La narrazione e i linguaggi: elementi di teoria fra semiotica e neuroscienze. La narratività dei linguaggi in pubblicità fra lingua e immagine.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali integrate con altre di carattere seminariale.

TIPO DI ESAME

A conclusione delle lezioni gli studenti sosterranno un esame scritto.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- Bernardelli, R. Ceserani, *Il testo narrativo*, Bologna, il Mulino, 2005;
- Calabrese S., *La comunicazione narrativa. Dalla letteratura alla quotidianità*, Milano, Bruno Mondadori, 2010.

Ulteriori materiali verranno distribuiti durante il corso.

Per non frequentanti:

Gli studenti non frequentanti sono pregati di concordare il programma con il docente.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Eugeni R. Fumagalli A., *Semiotica della pubblicità*, Milano, I.S.U., 1999;
- Zaganelli G., *Oltre la città del libro. Cinque saggi sulla lettura*, Milano, Lupetti, 2008.

ALTRE INFORMAZIONI

Per l'orario di ricevimento consultare l'apposita sezione del sito internet di Ateneo.

E-mail: giovanna.zaganelli (at) unistrapg.it