



Università  
per Stranieri  
di Perugia

**Anno Accademico 2015-2016**

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria, Storytelling e Cultura di Immagine**

Insegnamento: **Semiotica del testo pubblicitario**

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 lezione e 110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

## **PREREQUISITI**

---

È utile la conoscenza di nozioni basilari di semiotica e analisi testuale.

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

Lo studente acquisirà competenze specifiche per l'analisi strategica della comunicazione aziendale, con particolare riferimento alla comunicazione pubblicitaria corporate e di prodotto, e della sua utilità ai fini del controllo e della progettazione di campagne pubblicitarie e del loro impatto col pubblico.

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

Il corso fornisce conoscenze specifiche legate alla metodologia semiotica come strumento per l'analisi e la progettazione testuale, approfondendo gli strumenti per lo studio della comunicazione visiva e verbale, per lo studio dell'intermedialità e crossmedialità, e dei processi di lettura e interpretazione della comunicazione pubblicitaria.

## **METODI DIDATTICI**

---

### Per studenti frequentanti

40 ore di lezioni frontali divise in brevi sessioni teoriche, esercitazioni analitiche sia singole che di gruppo, e seminari di approfondimento.

All'interno del corso è previsto un seminario di progettazione testuale nel quale gli studenti applicheranno le conoscenze semiotiche alla progettazione di un testo pubblicitario.

### Per studenti non frequentanti

Gli studenti non frequentanti avranno a disposizione attraverso la webclass materiale didattico di sostegno allo studio dei testi:

slides esplicative delle principali teorie semiotiche

esempi svolti di analisi testuale

esercitazioni analitiche con correzione on-line.

## **TIPO DI ESAME**

---

Esame scritto con 2 quesiti:

A – domanda libera

B – analisi specifica di un testo pubblicitario

## **TESTI DI RIFERIMENTO**

---

Per frequentanti:

- Traini Stefano, *Semiotica della comunicazione pubblicitaria. Discorsi, marche, pratiche, consumi*, Milano Bompiani 2008
- Giovanna Zaganelli (a cura di), *Semiotica del testo pubblicitario*, Bologna, Fausro Lupetti Editore, 2015

Per non frequentanti:

- Traini Stefano, *Semiotica della comunicazione pubblicitaria. Discorsi, marche, pratiche, consumi*, Milano Bompiani 2008
- Giovanna Zaganelli (a cura di), *Scrittori e pubblicità*, Bologna, Fausto Lupetti Editore, 2011

## **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

---

- Boris A. Uspenskij, *La pala di Van Eyck a Gand*, Milano, Mondadori Università, 2009.
- Stefano Traini, *Le due vie della semiotica. Teorie strutturali e interpretative*, Milano, Bompiani, 2005.

## **ALTRE INFORMAZIONI**

---

Il ricevimento si tiene ogni lunedì alle h. 15.30 presso lo studio della prof.ssa Zaganelli, palazzina Valitutti, piano II.

Per ulteriori informazioni potete scrivere ai seguenti indirizzi mail:

[giovanna.zaganelli@unistrapg.it](mailto:giovanna.zaganelli@unistrapg.it)

[toni.marino@unistrapg.it](mailto:toni.marino@unistrapg.it)