



Università  
per Stranieri  
di Perugia

## **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 lezione e  
110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Inglese**

**Anno Accademico 2012-2013**

## **PREREQUISITI**

---

Livello di inglese minimo: B2 (riferimento al Sillabo Consiglio d'Europa)

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

Arrivare al livello avanzato dell'inglese professionale della pubblicità e del marketing. Affinare capacità analitiche ed espressive nell'ambito dell'inglese della pubblicità. Acquisire consapevolezza critica e capacità argomentative sull'analisi di tematiche pubblicitarie nel mondo anglofono e della globalizzazione.

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

Una parte del corso è incentrata sulla lingua pubblicità è mirata all'uso ed alla terminologia dell'inglese del marketing e della pubblicità, con testing verifiche.

Una parte del corso è incentrata sulla cultura della pubblicità. Una decina di case-studies e tematiche analizzano la pubblicità del mondo anglofono (UK, Australia, Canada, USA), e in particolare il tema del Made in Italy in USA. Si dà enfasi all'evoluzione del linguaggio pubblicitario in lingua inglese e l'uso dell'inglese nella pubblicità globale e del marketing, e all'uso del discorso pubblicitario 'gender-oriented' e dello stereotipo.

## **METODI DIDATTICI**

---

Lezioni frontali del docente con analisi e discussioni su materiali visivi. Controllo continuo con testing fraseologico e linguistico. Alle lezioni frontali si affiancano lettorati dei collaboratori esperti madrelingua (dr Skelton e dr Fabbri). La frequenza è fondamentale in quanto i materiali del corso non sono altrimenti reperibili. Alle lezioni si affiancano i lettorati dei collaboratori esperti madrelingua (dr Fabbri, dr Skelton). Vedi altre informazioni.

SEMINARI: Al secondo semestre verranno annunciati seminari sia di supporto alla cattedra che con crediti a scelta, da parte di Visiting Professors, come per l'anno passato.

## TIPO DI ESAME

---

ESAME SCRITTO: basato su 3 distinte prove (traduzione frasi grammaticali, traduzioni frasi con terminologia, test su English Language Usage). Per fare l'orale bisogna aver superato l'esame scritto. Essendo su base di tests Non è concesso uso dizionario o altri ausili digitali.

Le frasi devono essere tradotte tutte. Non saranno considerati elaborati scritti a matita, o con sovrascritture e correzioni illeggibili, o alternative. Tempo max per ogni test 15 min.

Valgono le norme disciplinari in uso nei concorsi pubblici e nelle università.

ESAME ORALE: colloquio e verifica linguistica su test (analisi errori). Lo studente è tenuto a presentarsi con un **elenco dattiloscritto** degli argomenti, in ordine di preferenza, tra quelli trattati dal docente e/o nei seminari, **da 5 min. a 10 max argomenti e temi preferiti**. A questo si aggiunge la visione di **3 film** indicati.

Il colloquio verterà su questi argomenti, oltre che su una verifica della conoscenza fraseologica, terminologica sul lessico pubblicitario e di marketing. **Gli studenti sono tenuti a portare tutto il programma.**

**Avvertenze: Si raccomanda di iscriversi agli esami, di avere con sé documenti identificativi e il libretto.** Lo scritto ha validità di **12 mesi**. Non ha registrazione e non ha voto. Se entro 12 mesi lo studente non sostiene o non passa l'esame orale, lo scritto decade e va rifatto. Trattandosi di esami di I anno, si prega di evitare di presentarsi con la formula 'dell'ultimo esame che rimane'. Gli studenti che hanno superato lo scritto, non possono ripresentarsi a fare di nuovo lo scritto non scaduto, in quanto provocano disagi nei file di archivio.

## TESTI DI RIFERIMENTO

---

Il corso si basa su materiali autentici e tematiche originali, sviluppati dal docente. Si fa divieto di usarli senza consenso del docente. Altre indicazioni, materiali, filmografia, sitografia, e riferimenti verranno forniti nel corso delle lezioni.

### Per non frequentanti:

*The Discourse of Advertising*. Guy Cook. Da preparare n. 5 capp.minimo e 10 max. Lo studente porterà la lista dei capitoli prescelti per l'esame orale.

*Market Leader*. Upper Advanced. Longman.

Lo studente è tenuto alla conoscenza del frasario e della terminologia dell'inglese del marketing internazionale del manuale *Market Leader*. Utile per l'ascolto e per le esercitazioni

## TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

---

Verranno comunicati nel corso delle lezioni.

## ALTRE INFORMAZIONI

---

Per le esercitazioni e l'auto-apprendimento, gli studenti sono invitati a usare la sitografia disponibile (Longman, Macmillan, Oxford, Cambridge, etc.) e gli ausili digitali, oltre a tutta la manualistica disponibile. Si prega di rivolgersi ai Collaboratori Esperti Linguistici madrelingua inglese (CEL), dr Loredana Fabbri e dr Giovanni Skelton, che consiglieranno manualistica ed esercizi adatti al loro livello, dopo fatto il test di ingresso. Il livello da raggiungere è uguale per tutti (si deve passare dal livello d'accesso B2 al C).

I lettori vengono svolti tutto l'anno, dal I al II semestre, e organizzati a seconda del livello dello studente (test di ingresso). All'esame il livello deve essere quello stabilito nel programma della specialistica, (Advanced, C).

**CERTIFICAZIONI** scadute, datate, **con livelli non specificati o inadeguati**, rilasciate da enti non facenti parte dell'ALTE, non possono dare luogo ad idoneità od abbuoni. Il nostro livello è C su specificatamente su Marketing English and English of Advertising. Lo stesso vale per convalide Erasmus.

