



Università  
per Stranieri  
di Perugia

**Anno Accademico 2022-2023**

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria, storytelling e cultura d'immagine**

Insegnamento: **Laboratorio di scrittura creativa e storytelling**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Toni Marino**

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

CFU: **3**

Carico di lavoro globale: **75 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **20 ore di lezione e 55 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

## **PREREQUISITI**

---

Buona conoscenza della lingua e della cultura italiana. Per gli studenti stranieri che non possiedono una solida padronanza della lingua italiana si raccomanda di frequentare prima i lettori offerti dall'Ateneo e di avvalersi del tutorato linguistico.

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

Conoscenza e comprensione

(a) conoscenze di scrittura creativa e storytelling verbale, associati all'immagine statica e dinamica, per la comunicazione pubblicitaria (b) cluster semantico e tipi di cluster finalizzati alla individuazione di words set (c) espansioni semantica con uso di agganci interdiscorsivi (d) Leggibilità, velocità e ritmo nella scrittura creativa (e) uso della scrittura associata all'immagine statica e dinamica

Capacità di applicare conoscenza a comprensione

(f) la scrittura nei siti web (g) la scrittura per la web advertising: annunci rete ricerca, banner, video in banner, native advertising (h) la scrittura nella pubblicità per social network

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

Il laboratorio è strutturato in tre moduli: (1°) tecniche di scrittura creativa e verbal storytelling (cluster semantico, stesura ed espansione transmediale, agganci semantici, verifica dei tempi, del ritmo, della stimolazione percettiva ed emotiva); (2°) storytelling per l'immagine (press adv, sceneggiatura dello spot); (3°) storytelling per la web adv (web site, banner e video banner google ads, native adv, social adv).

## **METODI DIDATTICI**

---

Per studenti frequentanti

Il laboratorio è organizzato in sessioni di lavoro (in presenza o in modalità a distanza). Ogni sessione di lavoro è strutturata in 4 momenti: (1) presentazione e discussione di un caso studio; (2) illustrazione della strategia comunicativa; (3) guida per la progettazione di una comunicazione strategica; (4) realizzazione di un mini-progetto di comunicazione pubblicitaria.

### Per studenti non frequentanti

Le lezioni potranno essere seguite a distanza in asincrono tramite la piattaforma di ateneo LOL – webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/login/index.php>) alla quale si potrà avere accesso tramite le credenziali fornite dalla segreteria studenti. Con la stessa cadenza delle sessioni d'aula, saranno pubblicate video-guide, guide e un compito per la realizzazione di un obiettivo di comunicazione pubblicitaria.

Nel caso in cui le condizioni generali relative alla pandemia lo richiedano, saranno adottate modalità di didattica blended o totalmente a distanza, anche grazie alle piattaforme digitali a disposizione.

## **METODI DI ACCERTAMENTO**

---

L'acquisizione dei CFU è condizionata allo svolgimento di tutti i compiti di comunicazione pubblicitaria del laboratorio. Attraverso i compiti sarà verificata l'acquisizione corretta delle conoscenze di base di business storytelling e la capacità di implementare le stesse in progetti di comunicazione pubblicitaria a carattere multiculturale e interculturale. Alla fine del laboratorio, poi, gli studenti sosterranno, negli appelli regolari delle sessioni di esame, un compito scritto in cui dovranno svolgere un lavoro creativo di scrittura pubblicitaria applicando una o più tecniche studiate durante il laboratorio.

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 all'indirizzo email [differenze-inclusione@unistrapg.it](mailto:differenze-inclusione@unistrapg.it).

## **TESTI DI RIFERIMENTO**

---

### Per studenti frequentanti

- Emanuele Gabardi, Vittoria Morganti (a cura di), *Web advertising. Campagne pubblicitarie che corrono on line*, Milano, Franco Angeli, 2018<sup>1</sup>.

### Per studenti non frequentanti

- Emanuele Gabardi, Vittoria Morganti (a cura di), *Web advertising. Campagne pubblicitarie che corrono on line*, Milano, Franco Angeli, 2018<sup>2</sup>.

## **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

---

- Cole Nassbaumer Knaflitz, *Storytelling with data. A data visualization guide for business professionals*, Hoboken New Jersey, John Wiley & Sons, 2015<sup>3</sup>.

## **ALTRE INFORMAZIONI**

---

È raccomandata una regolare frequenza.

E-mail del docente: [toni.marino@unistrapg.it](mailto:toni.marino@unistrapg.it)

---

<sup>1</sup> Disponibile in formato Kindle.

<sup>2</sup> Disponibile in formato Kindle.

<sup>3</sup> Disponibile in formato Kindle.