



Università  
per Stranieri  
di Perugia

**Anno Accademico 2009-2010**

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria**

Insegnamento: **English Studies**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Rosanna Masiola**

CEL (Lettorato): **Loredana Fabbri**

SSD: **L-LIN/12**

CFU: **9**

Carico di lavoro globale: **225 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **60 ore di lezioni**

**frontali e 165 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **inglese**

## **PREREQUISITI**

---

Livello di inglese minimo: B2 su inglese professionale (riferimento al syllabo Consiglio Europa).

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

Consolidare le strutture di base sull'inglese professionale e pubblicitario. Raggiungere un livello B2 avanzato minimo, massimo C1, sull'inglese professionale nel campo della pubblicità e della comunicazione nei suoi vari aspetti e tipologie. Acquisire capacità di analisi dei messaggi pubblicitari in lingua inglese. Essere in grado di comunicare e avere un approccio analitico al messaggio pubblicitario.

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

Il tema del corso è incentrato sull'analisi del discorso pubblicitario in lingua inglese, con corredo di terminologia e fraseologia. Ulteriori approfondimenti sull'uso della lingua inglese nel messaggio pubblicitario verranno affrontati di volta in volta e sviluppati intorno a precise tematiche individuate con titoli precisi (Afro-Americans, Use of Children in advertising and Advertising for Children, Use and Abuse of English, Mis-translations, etc.).

## **METODI DIDATTICI**

---

Lezioni frontali del docente con analisi e comparazioni basati su materiali visivi, video, films. Alle lezioni frontali tematizzate, si affiancano i lettori dei collaboratori ed esperti madrelingua (CEL). Sono previsti alcuni seminari di approfondimento.

## **TIPO DI ESAME**

---

Prima parte: esame scritto, basato su n. 3 distinti tests (terminologia, grammatica, uso della lingua), con punteggio da 10/10. Solo il superamento dell'esame scritto dà accesso all'esame orale. Essendo un test NON è concesso uso dizionario.

Seconda parte: colloquio e verifica linguistica su test (controllo errori). Lo studente è tenuto a portare un elenco dattiloscritto delle sue tematiche preferite tra quelle trattate nelle lezioni. Da un minimo di n. 5 a un massimo di n. 10. Il colloquio orale verterà su queste tematiche.

Chi non avesse frequentato e non fosse in possesso di appunti o dispense, porterà n. 3 capitoli a scelta PER OGNUNO dei libri di testo sottoindicati. In totale n. 9 capitoli.

Lo scritto rimane valido max 12 mesi. E va registrato subito. Se entro 12 mesi lo studente non sostiene l'esame orale, lo scritto decade. Trattandosi di esame di I ANNO, si prega di evitare assolutamente di presentarsi con la formula 'dell'ultimo esame rimanente'.

## **TESTI DI RIFERIMENTO**

---

Per frequentanti: *Il corso si basa su materiali autentici sviluppati dal docente.*

Verranno comunicati in seguito. Per i testi delle grammatiche di base si prega fare riferimento ai lettori.

Per non frequentanti: *Il corso si basa su materiali autentici sviluppati da docente.* In alternativa: n 3 capitoli a scelta, da OGNUNO dei testi di consultazione e approfondimento, elencati di seguito. In totale n. 9 capitoli.

Per le esercitazioni del lectorato, e/o per l'auto-apprendimento, gli studenti sono invitati a contattare il lettore, dr Fabbri, che consiglierà una manualistica e sitografia adatta al loro effettivo livello.

## **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

---

*The Discourse of Advertising*, autore Guy Cook, editore Routledge.

*The Language of Advertising*, autore Angela Goddard, Routledge.

*Designing Brand Identity*, autore Alina Wheeler, Wiley.

## **ALTRE INFORMAZIONI**

---

Si prega di contattare i lettori (dr Loredana Fabbri), per avere sviluppare un percorso mirato a colmare eventuali lacune sulle strutture di base, nonché per l'adozione di testi consoni al livello di partenza dello studente. Si consiglia la frequenza del lectorato già all'inizio del I semestre, in modo da raggiungere il livello B2 di partenza.