



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2009-2010

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria**

Insegnamento: **Psicologia del Pensiero**

Anno di corso: **I**

Semestre: **I**

Docente: **Aldo Stella**

SSD: **M-PSI/01**

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

Il Corso si propone di precisare, da un lato, la differenza che sussiste tra pensiero e ragionamento e, dall'altro, tra modello normativo e modello descrittivo del pensiero, di indicare le principali procedure logiche e le regole che le sostanziano nonché il ruolo del pensiero esplicito e di quello implicito nella comunicazione pubblicitaria.

CONTENUTO DEL CORSO

Parte istituzionale: Pensiero e ragionamento; modello normativo e logica formale; modello descrittivo e teoria dei modelli mentali; percezione e inferenza implicita; pensiero implicito e pensiero esplicito.

Parte monografica: Pensiero implicito e pensiero esplicito nella comunicazione pubblicitaria.

METODI DIDATTICI

Le lezioni frontali, della durata complessiva di 40 ore, saranno integrate da seminari di approfondimento tematico (della durata di almeno 5 ore e facoltativi), che si incentreranno sul ruolo del pensiero nell'ambito della comunicazione pubblicitaria.

TIPO DI ESAME

L'esame si svolgerà in forma orale. Lo studente potrà svolgere, se lo desidera, tesine di approfondimento, che saranno valutate in sede di esame.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- A. Stella, *Questioni di psicologia del pensiero*, Guerini, Milano 2008.

Per non frequentanti:

- A. Stella, *Questioni di psicologia del pensiero*, Guerini, Milano 2008.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- V. Girotto, P. Legrenzi (a cura di), *Psicologia del pensiero*, il Mulino, Bologna 1999.
- P. Cherubini, *Psicologia del pensiero*, Raffaello Cortina, Milano 2005.
- U. Volli, *Semiotica della pubblicità*, Laterza, Bari-Roma 2005.