



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2010- 2011

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria**

Insegnamento: **Analisi e produzione del
messaggio pubblicitario**

Anno di corso: **I**

Semestre: **I**

Docente: **Maria Rosa Capozzi**

SSD: **L-FIL-LET/12**

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

- Conoscenze di base in ambito grammaticale, pragmatico e retorico;
- Conoscenza di base della tipologia del testo pubblicitario anche in relazione ai mezzi di trasmissione.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Sviluppo delle abilità di scrittura del testo pubblicitario in base alle strategie argomentative tipiche di tale genere testuale;
- Apprendimento delle tipologie basilari del *copywriting* italiano anche in una prospettiva internazionale;
- Capacità di analizzare campagne pubblicitarie in una prospettiva linguistico-argomentativa;
- Produzione di testi pubblicitari.

CONTENUTO DEL CORSO

L'intervento didattico si concentrerà principalmente sui seguenti temi:

l'articolazione logico-concettuale del testo pubblicitario alla luce delle tecniche retoriche (*inventio, dispositio, elocutio*), la situazione comunicativa e la performatività del testo.

La seconda parte del laboratorio si gioverà della presenza di professionisti della scrittura pubblicitaria (copywriter, esperti di comunicazione pubblicitaria).

METODI DIDATTICI

L'intervento didattico si concentrerà principalmente sui seguenti temi:

l'articolazione logico-concettuale del testo alla luce delle tecniche retoriche (*inventio, dispositio, elocutio*), la situazione comunicativa e la performatività del testo.

La seconda parte del laboratorio si gioverà della presenza di professionisti della scrittura pubblicitaria (copywriter, esperti di comunicazione pubblicitaria).

TIPO DI ESAME

L'esame è in forma orale.

Per gli studenti che hanno frequentato almeno il 75% delle lezioni previste, l'esame consisterà nella presentazione e discussione della produzione testuale realizzata durante le lezioni del laboratorio inserita nella cornice teorica dei libri di testo previsti.

Gli studenti che per fondati motivi non possono garantire la loro partecipazione alle lezioni saranno ammessi come non frequentanti.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- Coviello M., *Il mestiere del Copy*, F: Angeli, Milano, 2005;
- Capozzi M. R., *La comunicazione pubblicitaria. Aspetti linguistici, sociali e culturali*, pp. 24-105, Milano, Franco Angeli, 2008;
- Venier F., *Il potere del discorso*, pp. 67- 105, Roma, Carocci, 2008;
- Giovanardi C., *L'Italiano da scrivere: Strutture, risposte, proposte*, pp. 1-84; 129-158, Liguori, Napoli, 2010.
- Mortara Garavelli B., *Il parlar figurato*, Laterza, Bari, 2010.

Per non frequentanti:

- Coviello M., *Il mestiere del Copy*, F: Angeli, Milano, 2005;
- Capozzi M. R., *La comunicazione pubblicitaria. Aspetti linguistici, sociali e culturali*, Milano, Franco Angeli, 2008;
- Venier F., *Il potere del discorso*, Roma, Carocci, 2008;
- Giovanardi C., *L'Italiano da scrivere: Strutture, risposte, proposte*, pp. 1-84; 129-158, Liguori, Napoli, 2010.
- Mortara Garavelli B., *Il parlar figurato*, Laterza, Bari, 2010

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

Beccaria, G.L. (a cura di), *Dizionario di linguistica, filologia, metrica e retorica*, Torino, Einaudi, 1996;
Perelman, C., Olbrechts-Tyteca, L., *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Torino, Einaudi, 1958;
Pirella, E., *Il copywriter mestiere d'arte*, Milano, Il Saggiatore, 2002;
Serianni, L., *Italiano. Grammatica, sintassi, dubbi*. Milano, Garzanti, 1997;

SITI DI INTERESSE

<http://www.mestierediscrivere.com>

<http://www.italianoscritto.com>

ALTRE INFORMAZIONI

E mail docente: mariarosa.capozzi@unistrapg.it