



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2020-2021

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **Comunicazione Internazionale,
Interculturale e Pubblicitaria**

Insegnamento: **Semiotica**

Curriculum: **Pubblicitario**

Anno di corso: **III**

Semestre: **I**

Docente: **Giovanna Zaganelli**

CFU: **6**

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

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezione
e 110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

PREREQUISITI

Non sono richieste conoscenze o abilità preliminari, né sono previste propedeuticità.

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e comprensione

Lo studente che supera l'esame di semiotica:

- possiede una conoscenza di base delle principali teorie semiotiche;
- possiede conoscenze sugli elementi essenziali di introduzione alla semiotica come scienza dei segni;
- possiede conoscenze specifiche sulla narratività e il racconto come forme dell'attività cognitiva

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente che supera l'esame di semiotica:

- possiede competenze specifiche per l'analisi semiotica dei testi della comunicazione, con particolare riferimento ai generi della comunicazione pubblicitaria più diffusi (manifesto, inserto cartaceo, spot, comunicato stampa, brochure, web advertising); p
- possiede abilità creative relativamente alla progettazione dei più diffusi testi per la comunicazione pubblicitaria, con particolare riferimento alla progettazione visivo-verbale; p
- è in grado di verificare l'impatto della comunicazione analizzando i processi interpretativi che attiveranno i testi, così da poterli correggere in fase progettuale.

CONTENUTO DEL CORSO

Il corso si divide in tre parti.

Parte I: introduzione della disciplina semiotica sotto tre accezioni differenti, come teoria dei segni, come teoria dei processi della significazione, e come metodologia analitica. Introduzione della metodologia analitica della semiotica in una logica di confronto con le scienze sociali (analisi di mercato e marketing).

Parte II: introduzione delle principali correnti semiotiche, con particolare riferimento alla Semiotica Interpretativa (Peirce, Eco), alla Semiotica generativa (Greimas) e alla Semiotica delle culture (Lotman, Uspenskij).

Parte III: seminari di comunicazione e cultura d'impresa, con la presentazione di casi studio aziendali selezionati per la loro particolare rappresentatività dal punto di vista comunicativo anche nel territorio regionale.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Il corso utilizza una metodologia che permette l'immediata l'applicazione degli strumenti teorici ad un corpus pubblicitario inteso in senso ampio (manifesti, brochure, copertine editoriali, copertine di riviste, home page siti web). Inoltre esso si struttura anche nella presentazione di casi aziendali di fallimento o successo comunicativo, a partire dai quali verranno introdotte le principali categorie utili a formulare l'apparato semiotico per l'analisi della comunicazione.

La presentazione dei casi studio prevede la contestualizzazione della campagna pubblicitaria oggetto di attenzione (agenzia, canali di diffusione, strategie di marketing), la visione dei testi e in alcuni casi dei progetti comunicativi. Verrà a tal fine fornita una guida utile ad individuare i principali errori comunicativi o le principali cause del successo comunicativo, invitando gli studenti, di volta in volta, a produrre analisi relative alla scelta dei segni, alla interazione tra codici (principalmente visivo-verbale), alle strategie denotative e connotative e infine a quelle narrative in diversi contesti comunicativi. Ciò consentirà di elaborare una tassonomia delle teorie semiotiche derivandole dai casi studio. Le lezioni saranno erogate frontalmente, ma anche attraverso interviste o lezioni scaricabili dalla rete, o eventualmente nella piattaforma Teams.

Per studenti non frequentanti

Data la riscontrata necessità di una guida didattica per l'acquisizione dell'abilità analitica, cioè della traduzione delle conoscenze semiotiche di tipo teorico in abilità di testing analitico della comunicazione, il corso prevede uno specifico uso della piattaforma LOL per gli studenti non frequentanti, con la possibilità di accedere a sintesi delle lezioni ed esercitazioni in rete, di scaricare materiale didattico per l'analisi.

Nel caso in cui le condizioni generali relative all'emergenza epidemiologica lo richiedano, saranno adottate modalità di didattica mista (che integrino l'insegnamento in presenza e quello a distanza) o modalità didattiche completamente a distanza, anche grazie alle piattaforme digitali a disposizione.

METODI DI ACCERTAMENTO

Per studenti frequentanti e non frequentanti

La valutazione si svolge per mezzo di un test scritto articolato in 3 sezioni:

sezione I: domande a risposta multipla per testare la conoscenza delle definizioni di base, del lessico categoriale, e le abilità di disambiguare il lessico in relazione alle differenti correnti teoriche;

sezione II: domande a risposta aperta breve per testare la conoscenza delle principali teorie semiotiche;

sezione III: analisi semiotica di un testo pubblicitario con l'applicazione di specifiche categorie semiotiche all'analisi di prodotti per la comunicazione d'impresa.

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 disabilità e DSA.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- U. Volli, *Manuale di semiotica*, Roma-Bari, Laterza, 2001.
- M. P. Pozzato, *Capire la semiotica*, Roma, Carocci, 2013

Per non frequentanti:

- A. Bernardelli, *Semiotica. Storia, contesti e metodi*, Roma, Carocci, 2014.
- U. Volli, *Manuale di semiotica*, Roma-Bari, Laterza, 2001.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Gianfranco Marrone, *Corpi sociali*, Torino, Einaudi, 2001.

ALTRE INFORMAZIONI

La soglia di frequenza alle lezioni frontali necessaria per essere considerati "studenti frequentanti" è del 50%.

Il docente è disponibile per il ricevimento degli studenti tutti i lunedì dalle 15.00 alle 17.00 e in altri giorni della settimana previo appuntamento da prendere via mail giovanna.zaganelli@unistrapg.it .

Per gli studenti non frequentanti il docente è disponibile per ricevimenti via skype, contatto Giovanna Zaganelli.