



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2010-2011

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria**

Insegnamento: **English Studies**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Rosanna Masiola**

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.

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 prove che devono essere superate (traduzione frasi terminologia, traduzione frasi grammatica, test uso della lingua). Solo il superamento dell'esame scritto dà accesso all'esame orale. Essendo un test NON è concesso uso dizionario. Le frasi devono essere fatte tutte. Non saranno considerati elaborati **scritti a matita** o con 'sovrascritture' e correzioni illeggibili.

Seconda parte: colloquio e verifica linguistica su test (analisi 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. Non verranno accettati studenti che non presenteranno il loro programma secondo queste regole (es. scritti a mano in modo illeggibile).

Lo scritto rimane valido max **12 mesi**. Non ha registrazione e non ha voto. 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'. Gli studenti che avessero superato lo scritto, **non** potranno ripresentarsi a 'rifare' lo scritto, in quanto provocano disguidi.

TESTI DI RIFERIMENTO

The Discourse of Advertising, autore Guy Cook, Routledge.

The Language of Advertising, autore Angela Goddard, Routledge.

Designing Brand Identity, autore Alina Wheeler, Wiley.

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

Altre indicazioni verranno comunicati in seguito. Per i testi delle grammatiche di base si prega fare riferimento ai lettori. Per chi non avesse conoscenze di base del Business English, fondamentale e raccomandato è il *Market Leader*, Longman, Upper Intermediate, (sia frequentanti, non frequentanti, lavoratori).

Per non frequentanti: n. 5 capitoli da *The Discourse of Advertising*, ma tutto il manualletto *The Language of Advertising*, A. Goddard, Routledge. Non saranno ammessi programmi incompleti.

Per le esercitazioni del lettorato, 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

Verranno comunicati durante le lezioni e i lettori.

ALTRE INFORMAZIONI

Si consiglia vivamente la frequenza, una volta che si sceglie questa materia, che non è obbligatoria. 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 lettorato già all'inizio del I semestre, in modo da raggiungere il richiesto per la specialistica.