



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2011- 2012

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'esame è in forma orale e consisterà nella presentazione e discussione della produzione testuale realizzata durante le lezioni del laboratorio.

Si richiede pertanto la presenza ad almeno il 75% delle lezioni previste.

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

TIPO DI ESAME

L'esame è in forma orale.

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

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

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- Capozzi M. R., *La comunicazione pubblicitaria. Aspetti linguistici, sociali e culturali*, Milano, Franco Angeli, 2008.
- Coviello M., *Il mestiere del Copy*, Milano, Franco Angeli, 2005.
- Lombardi Vallauri, E. (2007), *La linguistica. In pratica*, Bologna: il Mulino, pp. 31-59, 187-194.
- Mortara Garavelli B., *Il parlar figurato*, Bari, Laterza, 2010.
- Venier F., *Il potere del discorso*, Roma, Carocci, 2008.

Per non frequentanti:

- Capozzi M. R., *La comunicazione pubblicitaria. Aspetti linguistici, sociali e culturali*, Milano, Franco Angeli, 2008.
- Coviello M., *Il mestiere del Copy*, Milano, Franco Angeli, 2005.
- Dardano, M. (2005), *Nuovo manualetto di linguistica italiana*, Bologna: Zanichelli, pp. 92-117, 123-142, 172-202, 257-275.
- Lombardi Vallauri, E. (2007), *La linguistica. In pratica*, Bologna: il Mulino, pp. 31-59, 187-194.
- Mortara Garavelli B., *Il parlar figurato*, Bari, Laterza, 2010.
- Venier F., *Il potere del discorso*, Roma, Carocci, 2008.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Beccaria, G.L. (a cura di), *Dizionario di linguistica, filologia, metrica e retorica*, Torino, Einaudi, 1996.
- Dardano, M. (2005), *Nuovo manualetto di linguistica italiana*, Bologna: Zanichelli.
- 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\(at\)unistrapg.it](mailto:mariarosa.capozzi(at)unistrapg.it)