



Accademia di Belle Arti di Foggia

Anno accademico 2013/14

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

Prof. Andrea ALESSANDRINO

A. Linguaggi della comunicazione visiva. Grammatica e sintassi visiva.

Testo adottato: G. De Liso, *Creatività & Pubblicità*, Milano, F. Angeli, 2007.

B. La comunicazione pubblicitaria in prospettiva di un uso persuasorio.

Testo adottato: N. Cavazza, *Comunicazione e persuasione*, il Mulino, Bologna, 1997

Bibliografia consigliata per letture integrative facoltative:

- A Aquilio, *Parola di testimonial*, Lupetti, Milano 2008;
- M. Trotta, *La Pubblicità*, Ellissi, Napoli 2002;
- U. Volli, *Semiotica della pubblicità*, Laterza, Bari 2012.

Modalità d'esame

Gli studenti dovranno preparare un tema a scelta inerente il mondo della pubblicità scegliendo tra quelli di seguito proposti: 1. Scelta personale di una pubblicità (Tv, cartellone, giornale, rivista, ecc.) + relazione dei motivi della scelta: linguaggio usato, capacità di suscitare emozione, desiderio, target di riferimento, ecc. + scheda tecnica con anno, agenzia, regista (eventuale), testimonial (eventuale/i), location (interno/esterno); 2. Pubblicità sociale (tema, motivi, committente); 3. Tecniche persuasive in pubblicità (pubblicità subliminali: *case history*); 4. Arte e pubblicità, esempi, confronti, buon gusto/cattivo gusto. Lo studente preparerà il lavoro e lo consegnerà, in sede di revisione, attraverso pen drive per visionarlo con il docente su pc. Seguirà revisione in giorno da concordare.

LUOGO DELLE LEZIONI: da definire a seconda del numero degli studenti frequentanti.

ORA E GIORNI DELLE LEZIONI: **consultare il calendario sul sito dell'Accademia.**

Per info: e-mail: andrea.alessandrino@libero.it

Prof. Andrea Alessandrino