

METODOLOGIA PROGETTUALE PER LA COMUNICAZIONE VISIVA

Docente Prof. Andrea Alessandrino
Programma per l'A.A. 2017-2018

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

Testo adottato: M. Ferraresi, *Pubblicità: teorie e tecniche*, Roma, Carocci, 2017. (Cap. I, Cap. II, Cap. III, Cap. V, Cap. VI, (solo par. 1-6), Cap. VII, Cap. IX, Cap. XII, Cap. XIII, Cap. XIV, (solo par. 1-7).

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. Ferraresi, *I linguaggi della marca*, Carocci 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.

SCUOLE: Graphic Design (1); Scenografia, Moda e Costume (2)

LUOGO DELLE LEZIONI: Aula Magna (B18)

SEMESTRE: II

ORA E GIORNI DELLE LEZIONI: Mercoledì dalle ore 14:00 (Ciclo A e B);

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

Prof. Andrea Alessandrino