



Accademia di Belle Arti di Foggia

Anno accademico 2012/13

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

Prof. Andrea ALESSANDRINO

Programma

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;
- Mauro Trotta, *La Pubblicità*, Ellissi, Napoli, 2002;
- U. Volli, *Semiotica della pubblicità*, Laterza, Bari, 2012.

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

ORA E GIORNI DELLE LEZIONI (CICLO A e CICLO B): **consultare il calendario sul sito dell'Accademia**. A partire dal 09 marzo, ogni sabato, **solo della prima quindicina del mese**, ci saranno attività Integrative, di Ricerca, Biblioteca, recuperi e ricevimento studenti dalle 11.00 alle 13.00.

Consultare, in ogni caso, gli orari, giorno per giorno e mese per mese, pubblicati dal docente sul sito dell'Accademia.

TEMI PER REVISIONE La pubblicità: scegliere tra i seguenti temi proposti:

1. Scelta personale di una pubblicità (Tv, cartellone, giornale, rivista, ecc.) + (motivi della scelta: linguaggio usato, capacità di suscitare emozione, desiderio, target di riferimento, ecc.) + scheda tecnica (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 (?).

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