



DEUTSCHLERNEN MIT WERBETEXTEN

Percorso per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento (PCTO) a.s. 2023/2024

PERIODO DI SVOLGIMENTO

8-15-22 marzo e 5 aprile 2024

Le lezioni si svolgeranno in presenza presso il campus di Brescia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

TOTALE DELLE ORE PREVISTE

15 (tre incontri da 4 ore ciascuno e un incontro finale di 3 ore)

NUMERO DEI POSTI DISPONIBILI

15

TERMINI DI PRESENTAZIONE DELLE CANDIDATURE

Dal 30/10/2023 al 20/02/2024 (salvo chiusura anticipata per esaurimento dei posti disponibili).

TUTOR AZIENDALE UCSC

Responsabile del progetto: Prof.ssa Alessandra Lombardi (Professore Associato di Lingua e traduzione – Lingua Tedesca presso la Facoltà di Scienze linguistiche e letterature straniere).

Docente: Dott.ssa Alessandra Alghisi (Cultore della materia di Linguistica tedesca)

La parte organizzativa è curata dall'Ufficio Orientamento e recruitment.

OBIETTIVI

Il percorso ha come obiettivo formativo quello di sensibilizzare gli studenti alle strategie linguistiche e comunicative richieste per promuovere in modo efficace, a un pubblico tedescofono, prodotti, servizi ed eventi *Made in Italy*. In questo contesto, tenendo conto del fatto che la Germania è fra i primi paesi al mondo per importazione delle eccellenze agroalimentari italiane, ma anche per la commercializzazione e vendita di prodotti "falsamente" italiani, particolare attenzione viene rivolta al fenomeno del cosiddetto *Italian sounding* e alle tecniche argomentative utilizzate per valorizzare le caratteristiche di prodotti italiani *autentici* (e certificati) e per stigmatizzare le contraffazioni.

LA PROPOSTA FORMATIVA

Il progetto offre la possibilità di comprendere e mettere in atto i meccanismi alla base di un messaggio pubblicitario multimediale (*reel*) in lingua tedesca (composto da testi orali, scritti, immagini e musica), che risulti efficace e d'impatto per il target che si intende raggiungere. Il percorso fornisce, infine, ai partecipanti l'occasione per presentare (in lingua tedesca) un proprio progetto pubblicitario a un gruppo allargato, composto anche da persone madrelingua, illustrando le tecniche promozionali e le strategie di adattamento linguistico e culturale adottate.

IL PROGRAMMA DELLE ATTIVITÀ

	Tema	Data
Lezione n. 1	<p><i>Conoscenza del gruppo</i></p> <p><i>Riflessione teorica sul concetto di Werbung (pubblicità), trattato secondo il punto di vista della scienza linguistica (Sprachwissenschaft)</i></p>	<p>8 marzo 2024 dalle 09:30 alle 12:00 dalle 14:00 alle 15:30 Aula da definire</p>
Lezione n. 2	<p><i>Riflessione teorica sui concetti di stereotipo culturale, country-of-origin-effect e Italian sounding</i></p> <p><i>Attività di gruppo: visione e commento di alcuni esempi di pubblicità che fanno leva sugli stereotipi culturali italiani e tedeschi, e di pubblicità che si avvalgono dell'Italian sounding, o che argomentano contro di esso e, più in generale, contro l'uso di loghi, nomi e confezioni che emulano le eccellenze del Made in Italy, ma di italiano non hanno nulla.</i></p>	<p>15 marzo 2024 dalle 09:30 alle 12:00 dalle 14:00 alle 15:30 Aula da definire</p>
Lezione n. 3	<p><i>Riflessione teorica sulle caratteristiche linguistiche e formali di uno spot pubblicitario e sui mezzi stilistici e retorici della pubblicità in generale</i></p> <p><i>Lavoro di gruppo: co-progettazione e realizzazione del messaggio pubblicitario in formato video</i></p>	<p>22 marzo 2024 dalle 09:30 alle 12:00 dalle 14:00 alle 15:30 Aula da definire</p>
Lezione n. 4	<p><i>Lavoro di gruppo: co-progettazione e realizzazione del messaggio pubblicitario in formato video</i></p> <p><i>Presentazione degli elaborati, di fronte a un pubblico composto anche da persone madrelingua, e condivisione degli esiti del progetto con feedback del pubblico</i></p>	<p>5 aprile 2024 dalle 10:00 alle 11:30 dalle 13:30 alle 15:00 Aula da definire</p>