



DEUTSCHLERNEN MIT WERBETEXTEN

Percorso per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento (PCTO) a.s. 2024/2025

PERIODO DI SVOLGIMENTO

17, 24 gennaio e 7, 14 febbraio 2025

Le lezioni si svolgeranno in presenza presso il campus di Brescia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore (via Garzetta, 48).

TOTALE DELLE ORE PREVISTE

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

NUMERO DEI POSTI DISPONIBILI

25

TERMINI DI PRESENTAZIONE DELLE CANDIDATURE

Dal 2 ottobre al 20 dicembre 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
Incontro n. 1	<p>Conoscenza del gruppo</p> <p>Riflessione teorica sul concetto di <i>Werbung</i> (pubblicità), trattato secondo il punto di vista della scienza linguistica (<i>Sprachwissenschaft</i>)</p>	<p>17 gennaio 2025 dalle 09:30 alle 12:00 dalle 14:00 alle 15:30 Aula da definire</p>
Incontro n. 2	<p>Riflessione teorica sui concetti di <i>stereotipo culturale</i>, <i>country-of-origin-effect</i> e <i>Italian sounding</i></p> <p>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'<i>Italian sounding</i>, 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.</p>	<p>24 gennaio 2025 dalle 09:30 alle 12:00 dalle 14:00 alle 15:30 Aula da definire</p>
Incontro n. 3	<p>Riflessione teorica sulle caratteristiche linguistiche e formali di uno spot pubblicitario e sui mezzi stilistici e retorici della pubblicità in generale</p> <p>Lavoro di gruppo: co-progettazione e realizzazione del messaggio pubblicitario in formato video</p>	<p>7 febbraio 2025 dalle 09:30 alle 12:30 dalle 14:00 alle 15:00 Aula da definire</p>
Incontro n. 4	<p>Lavoro di gruppo: co-progettazione e realizzazione del messaggio pubblicitario in formato video</p> <p>Presentazione degli elaborati, di fronte a un pubblico composto anche da persone madrelingua, e condivisione degli esiti del progetto con feedback del pubblico</p>	<p>14 febbraio 2025 dalle 10:00 alle 12:00 dalle 14:00 alle 15:00 Aula da definire</p>