

FACOLTÀ	Facoltà di Scienze della Formazione
ANNO ACCADEMICO	2013-2014
CORSO DI LAUREA	L 20: Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni
INSEGNAMENTO	Semiotica
TIPO DI ATTIVITÀ	Base
AMBITO DISCIPLINARE	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche
CODICE INSEGNAMENTO	06412
ARTICOLAZIONE IN MODULI	NO
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	M-FIL/05
DOCENTE RESPONSABILE	Dario Mangano (RU) Dipartimento di Beni Culturali – Studi Culturali Università di Palermo
CFU	9
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	165
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	60
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	I
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform .
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali
MODALITÀ DI FREQUENZA	Facoltativa
METODI DI VALUTAZIONE	Prova orale
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform .
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform .
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	mercoledì, 10.30 – 13.30

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscere e saper esporre criticamente le principali problematiche legate al dibattito in corso nelle scienze umane a proposito delle teorie inerenti il funzionamento dei processi di costruzione del senso. In particolare saranno trattati: i fondamenti della semiotica strutturale (dal segno ai linguaggi, dal codice al testo) e della sociosemiotica (discorsività, traduzione fra linguaggi e fra media).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di strutturare una riflessione organica sui processi semiotici implicati in vari artefatti comunicativi (dal giornalismo alla comunicazione pubblicitaria, dalle organizzazioni spaziali alla visualità). Saranno inoltre forniti gli strumenti teorici che consentono di sviluppare nuovi prodotti di comunicazione avendo ben presenti gli aspetti strategici che li caratterizzano.

Autonomia di giudizio

Riconoscere, comprendere e controllare i meccanismi di produzione del senso legati ad un ampio numero di forme di testualità.

Abilità comunicative

Capacità di illustrare con proprietà di linguaggio e precisione scientifica le problematiche relative agli aspetti semiotici della comunicazione in diversi ambiti anche ad un pubblico di non esperti.

Capacità d'apprendimento

Capacità di aggiornarsi orientandosi all'interno del panorama delle pubblicazioni scientifiche proprie del settore. Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, master di secondo livello, corsi d'approfondimento e seminari specialistici nel settore della comunicazione.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso offrirà una panoramica dei principali modelli e categorie d'analisi semiotica utili per la spiegazione e la comprensione di diversi fenomeni di comunicazione. Tali nozioni teoriche verranno applicate alla comunicazione di marca. Partendo da un'idea della marca come *forma discorsiva*, si mostrerà (i) la molteplicità di manifestazioni testuali che tale discorso può assumere, (ii) la base narrativa unitaria sottostante a questo stesso discorso, (iii) le modalità narrative di presentazione e gestione del discorso di marca. Si mostrerà inoltre come la semiotica possa essere utilizzata per una progettazione strategica delle attività di comunicazione.

ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
1	Obiettivi della disciplina e sua suddivisione.
39	Fondamenti di semiotica Dalla linguistica strutturale alla semiotica generativa (Saussure, Hjelmslev, Propp, Lévi-Strauss, Barthes, Greimas...): langue/parole; valore linguistico: sintagma e paradigma; espressione/contenuto, forma/sostanza; significazione/senso; somiglianza/differenze fra linguaggi; dal segno al testo; quadrato semiotico; narrazione/narratività; discorso/enunciazione; tematico/figurativo; ragioni/passioni; visualità/estesia.
20	Semiotica della marca Marca moderna e postmoderna. Dal mondo possibile al discorso di marca. Percorso definitorio della marca. Livelli d'analisi della marca: tematico, narrativo, discorsivo, testuale. L'identità estetica. L'estesia.
TESTI ADOTTATI	- P. Fabbri, D. Mangano, <i>La competenza semiotica</i>, Carocci - G. Marrone, <i>Il discorso di marca</i>, Laterza I testi potranno subire variazioni in base a novità editoriali non prevedibili al momento della stesura della scheda di trasparenza.