



Università
per Stranieri
di Perugia

LABORATORIO

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria, storytelling e cultura d'Immagine (Compsi)**

Laboratorio: **Scrittura creativa e storytelling**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Toni Marino**

CFU: **3**

Carico di lavoro globale: **75 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **20 ore di lezione e 55 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

Anno Accademico 2019-2020

PREREQUISITI

È necessario avere abilità di scrittura in italiano di livello madrelingua o C1.

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenze

l'apprendimento di tecniche di scrittura creativa utili alla realizzazione di storyworld e fiction di tipo verbale;

Competenze

l'applicazione di tecniche di scrittura creativa esplicitamente riferite alla comunicazione pubblicitaria e al lavoro del copywriter con particolare riferimento al web;

CONTENUTO DEL CORSO

Il laboratorio è diviso in due parti che rispettivamente approfondiscono:

(Parte I) le tecniche di scrittura creativa per la realizzazione di fiction verbale relative alle seguenti nozioni: cluster semantico; progetto narrativo; incipit; ritmo e mode musicali; intrecci e piani narrativi; stimolazione sensoriale; filtri con reflector; stimolazione di campi ciechi; suspense; finali; riscritture.

(Parte II) le tecniche di scrittura creativa per la realizzazione delle componenti verbali della comunicazione pubblicitari, applicate in modo particolare ai prodotti comunicativi per il web (bodycopy, slogan, headline, racconti pubblicitari, product e plot placement, sceneggiatura, post, sovrascrittura video, video stories) relative alle nozioni di: content analysis e mode narrative circolanti; lessico e customization; mode settoriali, adeguamenti e innovazione; combinazione visivo-verbale; passioni e componenti emotive; shock narrativi; sintesi narrativa.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Il laboratorio utilizza una metodologia didattica *learning by doing* che prevede l'apprendimento delle tecniche di scrittura creativa e di storytelling d'impresa a partire (i) dalla spiegazione e discussione di tecniche di scrittura creativa (ii) dalla risoluzione di esercizi pratici di storytelling verbale.

Tutte le tracce degli esercizi di scrittura creativa saranno reperibili sulla webclass dell'insegnamento

Per studenti non frequentanti

Studio individuale di un manuale di scrittura creativa indicato nel programma del corso e la risoluzione degli esercizi di scrittura pubblicati sulla webclass o di specifici esercizi di scrittura creativa riservati agli studenti che dichiarano una mancanza di esperienza nella scrittura o analisi di comunicazione verbale per fon commerciali.

METODI DI ACCERTAMENTO

Per studenti frequentanti

La verifica delle abilità di scrittura avviene durante il laboratorio con la correzione e discussione delle proposte di storytelling verbale elaborate dagli studenti per la soluzione degli esercizi di scrittura. La verifica si conclude con la risoluzione di una prova finale consistente in una traccia di scrittura creativa relativa a un caso studio di tipo commerciale, da effettuarsi negli appelli pubblicati sul sito di Ateneo, che terrà conto in modo particolare dei seguenti indicatori:

- Autonomia di giudizio nella scelta degli argomenti narrativi;
- Abilità comunicativa relativa all'attività di ricerca e selezione del lessico customizzato;
- Abilità di costruzione narrativa polisensoriale e transazionale (con particolare riferimento alla capacità di costruire nessi narrativi che tengano in considerazione le interazioni intersoggettive di tipo patemico in opposizione alle attività intersoggettive connesse con i ruoli sociali).

Per studenti non frequentanti

Test scritto

La verifica consiste nella risoluzione di una prova finale in cui lo studente deve sviluppare uno storytelling verbale (bodycopy per pubblicità a stampa o digitale, sceneggiatura video promozionale), relativo a uno specifico caso studio, da effettuarsi negli appelli pubblicati sul sito di Ateneo, che terrà conto in modo particolare dei seguenti indicatori:

- Abilità di produzione lessicale e di coordinamento sintattico nel raggiungimento dei seguenti obiettivi di storytelling: risoluzione narrativa; filtro narrativo tramite reflector; polarizzazione sensoriale; ritmo; customization.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per studenti frequentanti:

Un testo a scelta tra i seguenti

- A. Cannavacciuolo, *Manuale di copywriting e scrittura per il web*, Milano, Hoepli, 2018.
- D. Fontana, *Digital copywriter*, Milano, Franco Angeli, 2017.
- M. Petrucci, *Copywriting quantistico*, Webbook, 2018.

Per studenti non frequentanti:

- R. Cotroneo, *Manuale di scrittura creativa*, Lit edizioni, 2011.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Gotham Writers' Workshop, *Lezioni di scrittura creativa*, Roma, Dino Audino, 2010 [adatto a chi possiede un livello di conoscenza delle tecniche di scrittura creativa da principiante];
- J. Page Morrell, *Master di scrittura creativa*, Roma, Dino Audino, 2007 [adatto a chi possiede un livello di conoscenza delle tecniche di scrittura creativa medio/avanzato].

ALTRE INFORMAZIONI

E-mail del docente: toni.marino@unistrapg.it