



Tecnica pubblicitaria

Materie attivate nell'anno accademico 2007/2008

Diritto privato

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	02526
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Diritto privato:</i> Fulvio Vassallo Paleologo (Ricercatore)
Settore scientifico disciplinare:	IUS/01
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Diritto privato:
Ricevimento:	Fulvio Vassallo Paleologo: - email: - telefono:

Obiettivi formativi

Diritto privato

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Economia e tecnica della pubblicità

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	02772
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Economia e tecnica della pubblicità:</i> Bianca Longo (Professore a contratto)
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Economia e tecnica della pubblicità:
Ricevimento:	Bianca Longo: - email: - telefono:

Obiettivi formativi

Economia e tecnica della pubblicità

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Elementi di politica economica + Elementi di economia applicata

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	02907
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Elementi di politica economica + Elementi di economia applicata:</i> Giacchino Fazio (Professore associato)
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Elementi di politica economica + Elementi di economia applicata:
Ricevimento:	Giacchino Fazio: martedì dalle 10.00 alle 13.00 (durante lo svolgimento delle lezioni), il docente è inoltre disponibile per chiarimenti a prima e a conclusione delle lezioni - email: gioacchino.fazio@unipa.it - telefono: 09123895312

Obiettivi formativi

Elementi di politica economica + Elementi di economia applicata

DIDATTICA

L'attività di orientamento e di assistenza agli studenti sarà garantita presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali e Finanziarie (5° piano - Facoltà di Economia) ogni martedì dalle 10.00 alle 12.00 e, nei giorni di lezione, l'ora successiva a quella di conclusione della lezione stessa.

Programma

INTRODUZIONE ALLO STUDIO DELLA MICROECONOMIA

Contenuto della disciplina e alcuni elementi di logica economica utili all'interpretazione dei comportamenti nella sfera microeconomica (la costruzione del modello microeconomico, il processo di astrazione, il concetto di razionalità, l'individualismo metodologico, l'economia positiva e l'economia normativa, l'analisi costi-benefici, il modello del flusso circolare).

DOMANDA INDIVIDUALE E DI MERCATO

Le determinanti della domanda, la legge della domanda, l'elasticità della domanda rispetto al prezzo e rispetto al reddito, l'elasticità incrociata della domanda, le eccezioni alla legge della domanda (paradosso di Veblen e paradosso di Giffen).

OFFERTA INDIVIDUALE E DI MERCATO

Le determinanti dell'offerta, la legge dell'offerta, l'elasticità dell'offerta rispetto al prezzo e le sue determinanti.

L'INCONTRO TRA DOMANDA ED OFFERTA

La determinazione dei prezzi, i mercati e l'aggiustamento nel tempo, la speculazione, i mercati con prezzi controllati.

LA PRODUZIONE DELL'IMPRESA: COSTI, RICAVI E PROFITTI

Il comportamento delle imprese, il significato del profitto, le tipologie di costo (costi di breve e di lungo periodo), economie e diseconomie di scala, l'andamento della curva dei costi, i ricavi, il processo di massimizzazione dei profitti.

LE FORME CHE IL MERCATO ASSUME E IL BENESSERE SOCIALE

Definizione di mercato, l'approccio Struttura - Comportamento - Performance, il concetto di concorrenza, le diverse forme di mercato (concorrenza perfetta, monopolio, oligopolio, mercati contendibili) e il livello di benessere.

I FALLIMENTI DEL MERCATO E L'INTERVENTO PUBBLICO

Le esternalità positive e le esternalità negative, i fallimenti del mercato (il potere di monopolio e gli altri fallimenti del mercato) e le forme dell'intervento pubblico (tasse e sussidi, leggi e regolamentazioni), vantaggi e svantaggi legati all'intervento dello Stato.

PUBBLICITÀ, DIVULGAZIONE E BENESSERE

Pubblicità informativa e persuasiva, la pubblicità come barriera all'entrata, la pubblicità ingannevole, leggi antifrode e leggi sulla divulgazione.

PROBLEMATICHE MACROECONOMICHE

Obiettivi macroeconomici, flusso circolare del reddito, crescita economica e ciclo economico, disoccupazione, domanda e offerta aggregata, inflazione.

REDDITO NAZIONALE E RUOLO DELLA POLITICA FISCALE

La funzione di consumo, il moltiplicatore keynesiano, tassazione e moltiplicatore, il ruolo e l'efficacia della politica fiscale.

I FALLIMENTI DEL MERCATO E L'INTERVENTO PUBBLICO

Le esternalità positive e le esternalità negative, i fallimenti del mercato (il potere di monopolio e gli altri fallimenti del mercato) e le forme dell'intervento pubblico (tasse e sussidi, leggi e regolamentazioni),

beni pubblici, beni meritori, vantaggi e svantaggi legati all'intervento dello Stato.

LA POLITICA DI CONTROLLO DELL'ECONOMIA

Mercato del lavoro e disoccupazione, la lotta alla disoccupazione, le cause dell'inflazione, gli effetti dell'inflazione, le politiche antiflazionistiche, curva di Phillips, il finanziamento del disavanzo pubblico e l'inflazione.

ECONOMIA INTERNAZIONALE E BILANCIA DEI PAGAMENTI

Il commercio internazionale, libero scambio e protezionismo, Bilancia dei pagamenti, tassi di cambio, Unione Europea, le politiche dell'Unione Europea, Sistema monetario europeo, unione economica e monetaria, il processo di adozione dell'euro, la politica monetaria e l'euro.

Modalità d'esame

Scritto e orale. Per ragioni organizzative gli studenti che intendano sostenere gli esami sono invitati ad iscriversi on line attraverso il sito della Facoltà di Scienze della Formazione (<http://www.scienzeformazione.unipa.it/>).

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

- o SLOMAN J., Elementi di Economia, Il Mulino, Bologna, 2004.
- o KATZ M.L. E ROSEN H.S., Microeconomia, McGraw-Hill, 2003.
- o SCHOTTER A., Microeconomia, Torino, Giappichelli Editore, 2002.
- o PALMERIO G., Elementi di Economia Politica, Cacucci editore, Bari, 2002.



Il docente si riserva di definire durante il corso le parti dei testi consigliati da approfondire, nonché di indicare ulteriori riferimenti bibliografici a supporto di temi specifici.

Elementi di teoria e tecniche della comunicazione di massa + Elementi di sociologia della comunicazione

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	02928
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Elementi di teoria e tecniche della comunicazione di massa + Elementi di sociologia della comunicazione:</i> Gianna Cappello (Ricercatore)
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Elementi di teoria e tecniche della comunicazione di massa + Elementi di sociologia della comunicazione:
Ricevimento:	Gianna Cappello: Il ricevimento del 26 marzo è annullato. Riprenderà martedì 9 aprile e proseguirà tutti i martedì dalle 15 alle 17. Per comunicazione urgenti si può inviare mail alla docente: gianna.cappello@unipa.it - email: gianna.cappello@unipa.it - telefono: 3382196878

Obiettivi formativi

Elementi di teoria e tecniche della comunicazione di massa + Elementi di sociologia della comunicazione

Programmi di:

- Teoria e tecniche delle comunicazioni di massa
- Sociologia della comunicazione

Modalità d'esame

Per acquisire i crediti formativi universitari previsti dal proprio piano di studi, il Candidato dovrà superare un test scritto di base composto da 30 domande a risposta multipla tratte dal testo consigliato. La composizione del test, trattandosi di esame modulare, sarà pro-portionale ai Cfu previsti per ciascuna materia formante il modulo .

Gli studenti degli anni precedenti possono, se lo desiderano, portare il programma relativo all'anno accademico previsto nel loro piano di studio.

Il test verrà ritenuto superato se il Candidato avrà risposto correttamente ad almeno 18 domande.

N.B.: Si invitano gli studenti ad iscriversi per tempo agli appelli,ciò per consentire di preparare un numero congruo di copie ed evitare così disorganizzazioni e disservizi. Le iscrizioni si aprono generalmente 2 o 3 settimane prima di ogni appello.

Per iscriversi, ciascun Candidato dovrà aprire la pagina personale della Prof. Cappello nel sito della

Facoltà (<http://www.scienzeformazione.unipa.it>), che si trova nella sezione "Docenti" del sito stesso; quindi dovrà digitare il cognome della docente, cliccare su questo quando appare, poi cliccare sulla riga "Esami" e infine cercare, tra le liste d'esame appositamente predisposte, quella a sè pertinente. In caso di difficoltà o di impossibilità a connettersi, il Candidato potrà sempre rivolgersi ai colleghi del Cot (Centro di Orientamento e Tutorato), i quali prestano servizio ogni mattina ferialmente presso la Facoltà di Scienze della Formazione, piano 2°.

Orario e sede del ricevimento

Giovedì dalle 15:30 alle 18:30, Viale delle Scienze, Edificio 15, 2° piano. Per ogni ulteriore informazione e/o comunicazione, gli studenti sono pregati di scrivere all'indirizzo e-mail della docente: gianna.cappello@unipa.it.

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

PER TEORIA E TECNICHE DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA: Federico Boni, Teorie dei media, il Mulino, Bologna

PER SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE: Luciano Paccagnella, Sociologia della comunicazione, il Mulino, Bologna

Le lezioni del corso si svolgeranno nel 1° semestre presso il cinema Lux in v. F. Di Biasi (laterale di v. della Libertà) a partire dal 17 ottobre (ad esclusione di Sociologia dei processi culturali) con il seguente calendario:

martedì - mercoledì - giovedì:

dalle 8-10 T&T com. di massa

dalle 10 alle 12 Sociologia della com.

Fondamenti di diritto pubblico + Elementi di diritto dell'informazione e della comunicazione

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	03469
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Fondamenti di diritto pubblico + Elementi di diritto dell'informazione e della comunicazione:</i> Giuseppe Lauricella (Professore associato) <i>Fondamenti di diritto pubblico + Elementi di diritto dell'informazione e della comunicazione:</i> Salvatore Lombardo (Professore a contratto)
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	
Frequenza:	
Metodi di valutazione:	Fondamenti di diritto pubblico + Elementi di diritto dell'informazione e della comunicazione: Fondamenti di diritto pubblico + Elementi di diritto dell'informazione e della comunicazione: Giuseppe Lauricella: lunedì e venerdì dalle ore 10.00 alle ore 14.00, concordato preventivamente. Negli altri giorni, saranno disponibili tutti i docenti delle materie dell'area del diritto pubblico. Nel periodo di lezioni, nell'ora successiva o concordandolo. - email: giuseppe.lauricella@unipa.it - telefono: 338.7846326 Salvatore Lombardo: Su appuntamento tramite telefono (337 892266) o posta elettronica (salvatore.lombardo@unipa.it). - email: salvatore.lombardo@unipa.it - telefono: 337892266
Ricevimento:	

Obiettivi formativi

Fondamenti di diritto pubblico + Elementi di diritto dell'informazione e della comunicazione

Il corso è dedicato, innanzitutto, all'ordinamento dello Stato italiano, sia negli aspetti giuridici di base, sia per quanto concerne l'impianto costituzionale ed istituzionale nelle sue diverse articolazioni, tenendo conto delle recenti e prossime innovazioni. Uno sguardo verrà, poi, rivolto

all'unione europea (istituzioni e fonti). In secondo luogo, rivolge l'attenzione ai diritti ed ai principi fondamentali. Inoltre, si propone di affrontare gli aspetti relativi alla Pubblica amministrazione, sia nella sua organizzazione e attività, sia nel rapporto con i soggetti privati.

L'insegnamento si propone di indirizzare gli studenti verso l'analisi degli istituti, dei principi e delle norme, che si pongono a base dell'organizzazione e del funzionamento delle istituzioni statali, con gli opportuni riferimenti comunitari. Inoltre, tende a costruire una mentalità critica che, anche al di fuori dagli schemi giuridici, consenta di comprendere e valutare i fatti politici e istituzionali.

Programma

CORSO DI LAUREA IN TECNICA PUBBLICITARIA

(COM. 3 - cod. mat. 7 0 2 3 5)

Materia: Fondamenti di Diritto pubblico e Diritto dell'informazione e della comunicazione (cfu 3+3)

Prof. Giuseppe Lauricella: FONDAMENTI DI DIRITTO PUBBLICO (3 cfu)

Il programma del prof. Lauricella è costituito dal seguente modulo:

Diritto, norma e ordinamento giuridico. Posizioni giuridiche soggettive.

Lo Stato e i suoi elementi costitutivi. Le forme di Stato e le forme di governo. La forma di Stato e di governo in Italia (rapporto tra Parlamento, Governo e Presidente della Repubblica).

Le principali fonti del diritto e loro legittimità. Il ruolo della Corte costituzionale.

Un cenno all'Unione europea: istituzioni e fonti.

La pubblica amministrazione: principi, funzione, atti e procedimento. La giurisdizione ordinaria e speciale.

La Regione: tipologia e ripartizione delle competenze tra Stato e Regione

Le libertà e i principi fondamentali della Costituzione.

N.B.: il modulo del prof. Lauricella è relativo alla parte di Istituzioni di Diritto pubblico (3 cfu). Il restante modulo di Diritto dell'informazione e della comunicazione (3 cfu) è affidato ad altro docente.

Modalità d'esame

orale N.B.: il modulo del prof. Lauricella è relativo alla parte di Istituzioni di Diritto pubblico (3 cfu). Il restante modulo di Diritto dell'informazione e della comunicazione (3 cfu) è affidato ad altro docente.

Gli esami riguarderanno, contestualmente, i due moduli (6 cfu), come unica materia.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Testo consigliato:

- A. BARBERA - C. FUSARO, Corso di Diritto pubblico, Casa Ed. Il Mulino, edizione 2005;

Obiettivi formativi

Fondamenti di diritto pubblico + Elementi di diritto dell'informazione e della comunicazione

Elementi di diritto dell'informazione e della comunicazione

Programma

1) LA LIBERTÀ DI MANIFESTAZIONE DEL PENSIERO

1. La tutela dei diritti fondamentali nella Costituzione italiana

2. La libertà di manifestazione del pensiero nella sua evoluzione storica

3. La libertà di manifestazione del pensiero in Italia: dallo Statuto Albertino alla Costituzione italiana

4. L'art. 21 della Costituzione italiana

4.1 Il contenuto della garanzia costituzionale

4.2 Il sistema dei limiti della libertà di manifestazione del pensiero

5. Diritto di informare, di informarsi e di ricevere notizie

6. La tutela della riservatezza

6.1 Significato e fondamento costituzionale

6.2 Dalla legge 675 del 1996 al codice del 2003

2) LA LIBERTÀ DI STAMPA

1. Principi costituzionali in materia di libertà di stampa

2. La legge 47 del 1948

3. La legge 7 marzo 2001, n. 62

4. Ordine dei giornalisti e accesso alla professione giornalistica

5. Deontologia professionale dei giornalisti e le regole contenute nella "Carta dei doveri"

3) DIFFAMAZIONE A MEZZO STAMPA

1. Il reato di diffamazione e le circostanze aggravanti

2. Diritto di cronaca, diritto di critica e diritto di satira

3. Il sistema delle responsabilità

4) IL SISTEMA RADIOTELEVISIVO

1. Origine del sistema radiotelevisivo in Italia

2. L'avvento della Costituzione repubblicana

3. La legge 103/75 ed il recepimento dei primi interventi della Corte Costituzionale

4. Il sistema radiotelevisivo e l'innovazione tecnologica

5. la direttiva comunitaria "televisioni senza frontiere"

6. le leggi di riforma del sistema radiotelevisivo pubblico e privato

7. Ordinamento della comunicazione e competenza concorrente delle Regioni

8. Par condicio e comunicazione politica

5. I PRINCIPALI ORGANI DI GOVERNO DEL SISTEMA DELL'INFORMAZIONE

1. La molteplicità di organi di governo del sistema dell'informazione

2. La commissione parlamentare per l'indirizzo e la vigilanza sui servizi radiotelevisivi

3. Il Ministro delle Comunicazioni

4. Il Ministro dell'Economia e delle Finanze

5. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

5) LA COMUNICAZIONE DEGLI ENTI PUBBLICI

1. il diritto di accesso agli atti della pubblica amministrazione: dalla legge 142 del 1990 alla legge 150/2000

2. La legge 7 giugno 2000, n. 150 e il d.p.r. 21 settembre 2001, n. 422

3. L'attività di informazione e di comunicazione della pubblica amministrazione

Modalità d'esame

N./D.

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Parte generale: Ruben Razzante, Manuale di diritto dell'informazione e della comunicazione, Cedam (PD), ultima edizione

Parte speciale: S. Lombardo, G. Guadalupi e G. Damiani, Società dell'informazione e competenza delle regioni: Il corecom Sicilia, Santangelo (CT), 2007

Fondamenti di informatica + Esercitazioni e laboratorio

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Fondamenti di informatica + Esercitazioni e laboratorio:</i> Roberto Pirrone (Professore associato)
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Fondamenti di informatica + Esercitazioni e laboratorio:
Ricevimento:	Roberto Pirrone: Martedì ore 11,00 - 13,00 (salvo in caso di impegni istituzionali). Per altre date, richiedere un appuntamento via e-mail. Dipartimento di Ingegneria Chimica, Gestionale, Informatica e Meccanica - Viale delle Scienze, Edificio 6, III piano, Stanza 8 - email: roberto.pirrone@unipa.it - telefono: 09123842525

Obiettivi formativi

Fondamenti di informatica + Esercitazioni e laboratorio

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Fondamenti di sociologia + Elementi di istituzioni giuridiche e mutamento sociale + Elementi di sociologia della devianza

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	03503
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Fondamenti di sociologia + Elementi di istituzioni giuridiche e mutamento sociale + Elementi di sociologia della devianza:</i> Anna Fici (Professore associato) <i>Fondamenti di sociologia + Elementi di istituzioni giuridiche e mutamento sociale + Elementi di sociologia della devianza:</i> Vincenzo Pepe (Ricercatore)
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezione frontale
Frequenza:	
Metodi di valutazione:	<i>Fondamenti di sociologia + Elementi di istituzioni giuridiche e mutamento sociale + Elementi di sociologia della devianza:</i> <i>Fondamenti di sociologia + Elementi di istituzioni giuridiche e mutamento sociale + Elementi di sociologia della devianza:</i> esame orale
Ricevimento:	Anna Fici: Mart. ore 11.00 - 12.00, Stanza Fici-Lo Verde-Pepe, 2° piano, Ed. 15, Viale delle Scienze, Palermo - email: anna.fici@unipa.it - telefono: 3388084040 Vincenzo Pepe: Ricevimento: lunedì e venerdì dalle 12.00 alle 13.00 - email: vincenzo.pepe@unipa.it - telefono: 09123897910

Obiettivi formativi

Fondamenti di sociologia + Elementi di istituzioni giuridiche e mutamento sociale + Elementi di sociologia della devianza

Si affronteranno le principali teorie sociologiche relative alla devianza

Modalità d'esame

Orale, previa prenotazione tramite e-mail

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Williams e McShane, Devianza e criminalità, Il Mulino

Obiettivi formativi

Fondamenti di sociologia + Elementi di istituzioni giuridiche e mutamento sociale + Elementi di sociologia della devianza

Il Corso si compone di 20 ore complessive di attività didattica in cui saranno presentate le principali tematiche di sociologia giuridica. In particolare saranno tema delle prime ore di lezione i metodi delle scienze sociali con particolare attenzione ai problemi epistemologici e di logica scientifica. Le altre ore del corso saranno l'occasione per l'approfondimento di alcuni dei principali fenomeni sociali (Azione sociale, devianza, istituzioni, stato, politica, politiche, etc.):

Argomenti principali:

Definizione di azione sociale, relazione e interazione.

I gruppi sociali

Struttura e sistema.

Il processo di istituzionalizzazione. Valori e norme.

La politica e le politiche

Devianza

Cittadinanza

Lo stato

Il mercato

le strutture di governo

Socializzazione primaria e secondaria

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

1. Bagnasco, A., Barbagli, M., Cavalli, A., Corso di Sociologia, il Mulino, Bologna.

Un testo a scelta tra i seguenti:

La Spina, Legalità debole e sviluppo del Mezzogiorno, il Mulino

Lo Verde, (S)legati dal lavoro. FrancoAngeli

Fici, Mondo Hacker, FrancoAngeli

Pepe, Il processo di istituzionalizzazione delle autorità indipendenti: l'Antitrust, FrancoAngeli

Laboratorio di scrittura in lingua italiana professionale I

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Laboratorio di scrittura in lingua italiana professionale I:</i> Maria Maniscalco (Professore a contratto)
Cfu:	3
Ore riservate allo studio personale:	55
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	20
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Laboratorio di scrittura in lingua italiana professionale I:
Ricevimento:	Maria Maniscalco: Giorni martedì Orario 9.30-10.30 Luogo ed. 15 - p. IV - stanza 401 - email: mariamaniscalco@tiscali.it - telefono:

Obiettivi formativi

Laboratorio di scrittura in lingua italiana professionale I

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Laboratorio di scrittura in lingua italiana professionale II

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	08111
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Laboratorio di scrittura in lingua italiana professionale II:</i> Maria Di Venuta (Professore associato)
Cfu:	3
Ore riservate allo studio personale:	55
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	20
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Laboratorio di scrittura in lingua italiana professionale II:
Ricevimento:	Maria Di Venuta: martedì ore 9.00 - viale delle Scienze - edificio 15 - p. IV - stanza 401 - email: maria.divenuta@unipa.it - telefono: 091 23896309

Obiettivi formativi

Laboratorio di scrittura in lingua italiana professionale II

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Letterature comparate

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	14535
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Letterature comparate:</i> Michele Cometa (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	L-FIL-LET/14
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Letterature comparate:
Ricevimento:	Michele Cometa: Lunedì dalle 11.30 alle 13.30, studio 703, settimo piano. - email: michele.cometa@unipa.it - telefono: 09123863317

Obiettivi formativi

Letterature comparate

Cultura visuale

Immagini, sguardi e dispositivi della visione in letteratura

Il corso cercherà in prima istanza di definire la nozione di "regime scopico", cioè il rapporto che si instaura tra sguardi, dispositivi ottici/media ed immagini nel contesto di una nuova disciplina che si è sviluppata negli ultimi decenni e che ha profondamente modificato le scienze della comunicazione, la pedagogia e la didattica delle immagini: la "cultura visuale". Attraverso la lettura di alcuni testi letterari durante il corso si studieranno le profonde modificazioni che i regimi scopici della modernità hanno prodotto nella letteratura.

Modalità d'esame

colloquio

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Oltre allo studio dei materiali reperibili on-line e scaricabili (.pdf) all'indirizzo <http://www.unipa.it/~mcometa/> è prevista la lettura dei seguenti testi:

I. Calvino, Palomar, Milano, Mondadori, 1994 ss. (anche Einaudi, Torino, 1983 ss.).

E. T. A. Hoffmann, Mastro pulce, trad. it. di G. Vigolo, con una nota di C. Magris, Torino, Einaudi, 1991.

W. G. Sebald, Storia naturale della distruzione, Milano, Adelphi, 2004.

R. Coglitore (a cura di), Cultura visuale. Paradigmi a confronto, Palermo, :duepunti, 2008.

Lingua e traduzione - Lingua inglese

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04639
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Lingua e traduzione - Lingua inglese:</i> Loredana Teresi (Professore associato)
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Lingua e traduzione - Lingua inglese:
Ricevimento:	Loredana Teresi: vedi bacheca virtuale: http://www.unipa.it/~loredana.teresi/ltcorsi.htm - email: loredana.teresi@unipa.it - telefono: 091.23896307

Obiettivi formativi

Lingua e traduzione - Lingua inglese

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Lingua francese

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04664
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Lingua francese:</i> Ivan Arlotta (Professore a contratto)
Settore scientifico disciplinare:	L-LIN/04
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Lingua francese:
Ricevimento:	Ivan Arlotta: Su appuntamento scrivendo una e-mail ivan.arlotta@inwind.it - email: ivan.arlotta@unipa.it - telefono: 091-23863326

Obiettivi formativi

Lingua francese

Il corso si articola in tre moduli di 20 ore ciascuno, per un totale di 60 ore, e mira al raggiungimento di un livello di comprensione ed espressione scritta e orale tra il livello B1 ed il livello B2 come previsto dal Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue varato dal Consiglio d'Europa.

Il modulo

L'intento è di fornire agli studenti una conoscenza strutturale e d'uso degli elementi di base della lingua francese attraverso lo sviluppo delle abilità linguistiche fondamentali. In questa fase si prediligeranno attività di comprensione orale e scritta attraverso l'uso di documenti sonori e scritti autentici (registrazioni di situazioni di comunicazione, articoli e materiale vario tratti da quotidiani e riviste francesi, etc.). Al termine del modulo è prevista una verifica scritta costituita da un test grammaticale e da una prova di comprensione (scelta multipla, questionario, etc.).

Il modulo

Obiettivi sono l'approfondimento delle strutture precedentemente introdotte. Particolare attenzione sarà rivolta allo sviluppo delle abilità di produzione attraverso attività discorsive contestualizzate ed esercizi di redazione sulla base di modelli di testo. Al termine del modulo è prevista una verifica scritta costituita da un test grammaticale sulle nuove strutture introdotte e da una prova di produzione scritta (Lettera formale/informale, dialogo, etc.).

Modalità d'esame

• Prova scritta finale: Test grammaticale + lettera formale/informale o exposé;

• Prova orale: Verterà sui capitoli scelti di L'énonciation en grammaire du texte, sulle proiezioni visionate e sui testi trattati dal lettore nel corso delle sue esercitazioni;

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

 Lescure-Grandet-Parizet-Rausch, DELF, A1, A2, A3, A4, Paris, CLE International, 2001 ;
 Grégoire-Thiévenaz, Grammaire progressive du Français, avec 600 exercices, niveau intermédiaire, Paris, CLE International, 2003 (nouvelle édition) ;
 Grégoire-Merlo, Exercices communicatifs de la grammaire progressive du Français, niveau A, Paris, CLE International, 1997 ;
 Michèle Perret, L'énonciation en grammaire du texte, Paris, Nathan, 1994 (capitoli scelti) ;

 Robert-Signorelli, Dizionario italiano-francese/francese-italiano, Milano, Signorelli, 1993 ;
 Dizionario monolingue, Le Petit Robert de la Langue Française, Paris, 1997 ;
Materiali di cultura, attualità e civilisation francesi saranno proposti e/o indicati durante lo svolgimento del corso, in relazione alle specificità richieste dai differenti corsi di laurea cui gli studenti afferiscono.

Lingua spagnola

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04718
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Lingua spagnola:</i> Daria Monteleone (Professore a contratto)
Settore scientifico disciplinare:	L-LIN/07
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Lingua spagnola:
Ricevimento:	Daria Monteleone: - email: dmonteleone@unipa.it - telefono:

Obiettivi formativi

Lingua spagnola

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Lingua tedesca

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04736
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Lingua tedesca:</i> Rita Calabrese (Professore a contratto) <i>Lingua tedesca:</i> Renata Gambino (Ricercatore)
Settore scientifico disciplinare:	L-LIN/14
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	
Frequenza:	
Metodi di valutazione:	Lingua tedesca: Lingua tedesca:
Ricevimento:	Rita Calabrese: Martedì e Venerdì ore 10,00 -11,00, stanza 709 a partire dal 13 marzo 2012 - email: rita.calab@unipa.it - telefono: 091 2386331 Renata Gambino: - email: - telefono:

Obiettivi formativi

Lingua tedesca

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Obiettivi formativi

Lingua tedesca

ATTENZIONE:

Le esercitazioni di lingua saranno curate dalla dr. Sabine Hoffmann, avranno inizio ad ottobre, proseguiranno durante tutti e due i semestri e saranno intervallate da prove in itinere a cura del lettore.

La frequenza alle ore di lettorato è indispensabile per un apprendimento graduale e progressivo della lingua straniera, si consiglia pertanto una costante e regolare partecipazione alle esercitazioni durante tutto l'anno.

Orario di ricevimento

Prof. Rita Calabrese Giovedì ore 9-11

Dott. Renata Gambino Giovedì 10-13 stanza 716

Dott. Sabine Hoffmann Giovedì ore 9-11 stanza 716

Blocco 15 (Viale delle Scienze) 7° piano

Programma

Lingua tedesca I

Anno accademico 2007/2008

2 moduli = 6 CFU = 40 ore + lettorato

Le lezioni delle docenti avranno luogo nel corso del secondo semestre mentre le ore di lettorato cominceranno ad ottobre e continueranno durante entrambi i semestri.

Prof. Rita Calabrese (20 ore)

Traduzione

Durante le esercitazioni in aula verranno tradotti testi di attualità e d'ambito letterario. Obiettivo del corso è sviluppare le competenze dei discenti nell'ambito della traduzione dal tedesco in italiano. Il corso prevede un'introduzione alla teoria della traduzione e una parte pratica durante la quale verranno forniti materiali e testi per le esercitazioni. A termine del modulo è prevista una prova in itinere di traduzione dal tedesco da svolgere in aula.

Prof. Renata Gambino (20 ore)

Strumenti e competenze comunicative

Scopo principale del corso è fornire a tutti gli studenti gli strumenti essenziali per comunicare nell'ambito dei paesi di lingua tedesca e porre le basi del dialogo interculturale. Gli obiettivi saranno prevalentemente caratterizzati da scelte di tipo pragmatico-comunicativo, e tenderanno a favorire lo sviluppo di competenze trasversali sia sul versante delle abilità di studio e degli strumenti (elementi di morfologia e sintassi, uso del vocabolario) sia su quello della comunicazione interculturale (elementi di stile per la comunicazione epistolare telematica e telefonica), nonché allo sviluppo di un lessico di base riguardante i temi e le situazioni della vita quotidiana, p.es. l'ambiente dove si vive, abitudini alimentari, il corpo, trasferimenti in città ecc.

Modalità d'esame

Prova d'esame:

Per l'acquisizione dei crediti i frequentanti dovranno superare, oltre alle prove in itinere relative alle esercitazioni curate dal lettore, la prova scritta prevista alla fine di ciascun modulo e un colloquio alla fine del corso da sostenere nelle date previste dagli appelli.

Per i non frequentanti: si prega di prendere contatto direttamente con i docenti per concordare il programma o durante l'orario di ricevimento o via e-mail: rgambino@unipa.it

Le lezioni delle docenti si terranno durante il secondo semestre

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

- Tangram Aktuell 1, Huber, Ismaning, 2005.

- M. Weerning/M. Mondello, Dies und Das. Grammatica di tedesco con esercizi, Cideb, Genova, 1996.

Verranno forniti ulteriori materiali testuali e didattici nel corso delle lezioni.

Linguistica generale

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04770
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Linguistica generale:</i> Ignazio Mauro Mirto (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	L-LIN/01
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Linguistica generale:
Ricevimento:	Ignazio Mauro Mirto: venerdì dalle 9 alle 10, Ed. 15; - email: ignaziomauro.mirto@unipa.it - telefono: 091 23896307

Obiettivi formativi

Linguistica generale

Nel corso saranno affrontati i seguenti argomenti:

fonetica, fonologia, morfologia, sintassi, semantica, acquisizione del linguaggio, linguistica storica, metrica, disturbi del linguaggio, comunicazione animale, variazione linguistica, sociolinguistica, pidgin e creoli, sistemi di scrittura, percezione di suoni linguistici.

Verranno inoltre trattati tre distinti usi del verbo 'fare': in italiano: fare-causativo, fare-supporto (con nomi di mestiere e nomi comuni) e fare-ruolo.

Modalità: lezione; esame

N./D.

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

'L'animale parlante' di Nespor e Napoli, Carocci editore, 2004.

'Fare. Elementi di sintassi' di La Fauci e Mirto, ETS, 2003.

Marketing + Economia e gestione delle imprese

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04871
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Marketing + Economia e gestione delle imprese:</i> Paolo Di Betta (Professore associato)
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Marketing + Economia e gestione delle imprese:
Ricevimento:	Paolo Di Betta: Salvo diversa specificazione i ricevimenti si tengono in Viale delle Scienze - edificio 15 - piano 2°. Guardare fra le NOTIZIE per aggiornamenti. - email: paolo.dibetta@unipa.it - telefono: 091-2389790

Obiettivi formativi

Marketing + Economia e gestione delle imprese

Economia e gestione delle imprese

Cfu: 3

Argomento, obiettivi e struttura del corso

Argomento del corso è la direzione e la gestione delle imprese che svolgono attività industriale, commerciale e dei servizi.

Obiettivo del corso è fornire le conoscenze di base sulla vita dell'impresa come sistema che crea e diffonde valore e che ha anche una responsabilità sociale.

La struttura del corso si snoda in tre fasi.

Innanzitutto è necessario illustrare le principali teorie dell'impresa (come risposta ad un problema informativo o ad un problema cognitivo). Fra le principali teorie sui rapporti fra l'impresa e l'ambiente viene dato particolare risalto ai rapporti con i c.d. stakeholder.

In secondo luogo viene dato risalto alla teoria dell'agenzia che consente di inquadrare il tema della corporate governance (non solo in Italia), analizzandone gli strumenti interni ed esterni.

La terza parte del corso è dedicata ai rapporti fra gestione strategica e operativa in una visione integrata delle sue aree funzionali (privilegiando la gestione commerciale e delle operation).

Marketing

Cfu: 6

Argomento, obiettivi e struttura del corso

Il marketing studia i comportamenti delle imprese nelle proprie attività di scambio, pertanto obiettivo del corso è l'analisi del rapporto tra impresa e mercato.

L'attività di marketing richiede l'integrazione di analisi e pratica: la struttura del corso si articola lungo

le due direttrici del marketing strategico (lo studio delle caratteristiche principali dell'ambito competitivo) e di quello operativo (la conoscenza degli strumenti operativi tipici delle politiche di mercato, le c.d. leve del marketing mix).

Modalità d'esame

N./D.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Per Economia e gestione delle imprese

S. Pivato, F. Perrini, N. Misani, A. Ordanini (nuova ed. 2004), Economia e gestione delle imprese, EGEA. Tutto, eccetto cap. 20 e i capitoli da 22 a 24.

Per Marketing:

Bibliografia di base

Anno accademico 2005-06:

J.-J- Lambin, Marketing strategico e operativo. Market-driven management, McGraw Hill, ultima edizione, tutto.

Studenti degli anni accademici prima del 2005-06 possono optare per:

R. Fiocca (2005), Marketing. Imprese e mercato, McGraw Hill. Tutto

L. Pellegrini (2001), La distribuzione commerciale, il Mulino. Tutto

Metodologia e tecnica della ricerca sociale + Elementi di statistica sociale

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Metodologia e tecnica della ricerca sociale + Elementi di statistica sociale:</i> Alberto Trobia (Professore associato) <i>Metodologia e tecnica della ricerca sociale + Elementi di statistica sociale:</i> Anna Maria Parroco (Professore ordinario)
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	
Frequenza:	
Metodi di valutazione:	Metodologia e tecnica della ricerca sociale + Elementi di statistica sociale: Metodologia e tecnica della ricerca sociale + Elementi di statistica sociale:
Ricevimento:	Alberto Trobia: Date e orari di ricevimento vengono comunicati nella sezione NOTIZIE della pagina personale del docente - email: alberto.trobia@poste.it - telefono: 347-6105117 Anna Maria Parroco: Ottobre - Dicembre: Mercoledì 11,30-13,00 da Gennaio a settembre : Martedì 10.00-12,30 presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali e Finanziarie (2° piano), Edificio 13, Viale delle Scienze. oppure su appuntamento da concordare mand - email: annamaria.parroco@unipa.it - telefono: 091 23895304

Obiettivi formativi

Metodologia e tecnica della ricerca sociale + Elementi di statistica sociale

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Obiettivi formativi

Metodologia e tecnica della ricerca sociale + Elementi di statistica sociale

elementi di statistica sociale

Programma

Il corso mira a fornire allo studente alcuni elementi di statistica di base che consentano di rappresentare e interpretare i fenomeni collettivi secondo un'ottica statistica.

I contenuti del corso sono specificati di seguito:

Elementi di statistica

La quantificazione nelle scienze sociali: concetto di misura; le scale di misura.

L'unità, il collettivo, la variabile.

La costruzione delle variabili. La matrice dei dati. Le fonti statistiche

Distribuzioni statistiche semplici: distribuzioni di frequenza.

Rappresentazioni grafiche: pittogrammi, diagramma a settori circolari, grafici a nastri e a colonne, diagrammi a segmenti, istogrammi

Valori medi: moda, mediana, media aritmetica. L'asimmetria. Il boxplot.

Le proprietà della media aritmetica.

La variabilità e gli indici utilizzabili per la sua misurazione: il campo di variazione, la differenza interquartile, lo scarto quadratico medio, la varianza. La variabilità relativa: il coefficiente di variazione. Eterogeneità assoluta e relativa: l'indice di eterogeneità di Gini.

I rapporti statistici: rapporti di composizione, di coesistenza, di derivazione. I rapporti medi.

Distribuzioni statistiche doppie: tabelle a doppia entrata, distribuzioni marginali, distribuzioni condizionate; calcolo e significato delle percentuali di riga, di colonna, e sul totale generale.

Introduzione alle relazioni tra variabili (concetti di esistenza, intensità, direzione e forma).

Elaborazione dei dati con Excel.

Modalità d'esame

Il corso di Statistica Sociale (3 CFU) è parte del corso integrato di Metodologia e tecnica della ricerca sociale ed Elementi di Statistica Sociale.

E' prevista una unica prova orale su entrambe le discipline componenti il modulo (Metodologia della ricerca sociale ed Elementi di Statistica Sociale)

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Testi consigliati (uno a scelta)

Borra S., Di Ciaccio A., Statistica, metodologie per le scienze economiche e sociali, Mc Grow Hill, 2004

Fraire M., Rizzi A., Statistica, metodi esplorativi e inferenziali , Carocci edit., 2005

Corbetta P. La ricerca sociale: metodologia e tecniche, Vol. IV L'analisi dei dati, Ed. Il Mulino

Organizzazione aziendale

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	89616
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Organizzazione aziendale:</i> Raimondo Ingrassia (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SECS-P/10
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Organizzazione aziendale:
Ricevimento:	Raimondo Ingrassia: Edificio 15 - 2° piano - studio stanza n. 207 - Viale delle Scienze Ogni Lunedì dalle 17 alle 19 - email: raimondo.ingrassia@unipa.it - telefono: 09123897908

Obiettivi formativi

Organizzazione aziendale

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Retorica

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	10696
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Retorica:</i> Francesca Piazza (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	M-FIL/05
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Retorica:
Ricevimento:	Francesca Piazza: Martedì e Venerdì 10.00-11.00 Edificio 15, IV Piano stanza 404 - email: francesca.piazza@unipa.it - telefono: 09123895429

Obiettivi formativi

Retorica

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Semiotica

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06412
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Semiotica:</i> Gianfranco Marrone (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	M-FIL/05
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Semiotica:
Ricevimento:	Gianfranco Marrone: Mercoledì, 11-13 v. delle scienze ed. 15, III piano - email: gianfranco.marrone@unipa.it - telefono: 091.6615416

Obiettivi formativi

Semiotica

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Semiotica delle arti

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06415
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Semiotica delle arti:</i> Luisa Scalabroni (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	L-ART/04
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Semiotica delle arti:
Ricevimento:	Luisa Scalabroni: via Pascoli, dopo le lezioni. mail luisascalabroni@alice.it - email: luisascalabroni@unipa.it - telefono: 0916615417

Obiettivi formativi

Semiotica delle arti

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Storia dell'arte contemporanea

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06813
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Storia dell'arte contemporanea:</i> Gabriella De Marco (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	L-ART/03
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Storia dell'arte contemporanea:
Ricevimento:	Gabriella De Marco: Al termine delle lezioni. Da concordare con il docente per il primo semestre (gabriella.demarco@unipa.it; gademarco@tiscali.it). Per i tesisti su appuntamento (gabriella.demarco@unipa.it gademarco@tiscali.it). - email: gademarco@tiscali.it; gabriella.demarco@unipa.it - telefono:

Obiettivi formativi

Storia dell'arte contemporanea

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Storia economica e sociale dell'età moderna e contemporanea

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06617
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Storia economica e sociale dell'età moderna e contemporanea:</i> Teresa Dispenza (Ricercatore)
Settore scientifico disciplinare:	M-STO/02
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	<i>Storia economica e sociale dell'età moderna e contemporanea:</i>
Ricevimento:	Teresa Dispenza: Lunedì, Martedì e Giovedì ore 9,00 -12,00 - Via Pascoli, 6 - email: - telefono:

Obiettivi formativi

Storia economica e sociale dell'età moderna e contemporanea

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Tecniche della comunicazione pubblicitaria

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	07238
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Tecniche della comunicazione pubblicitaria:</i> Pasqualino Esposito Lavina (Professore a contratto)
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Tecniche della comunicazione pubblicitaria:
Ricevimento:	Pasqualino Esposito Lavina: su appuntamento - email: universita@immediaonline.it - telefono: 091 336826

Obiettivi formativi

Tecniche della comunicazione pubblicitaria

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Teoria della letteratura

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	07407
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Teoria della letteratura:</i> Clotilde Bertoni (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	L-FIL-LET/14
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Metodi di valutazione:	Teoria della letteratura:
Ricevimento:	Clotilde Bertoni: Martedì, 10-13, Viale delle Scienze, VI piano. - email: clotber@tin.it - telefono: 09123863234

Obiettivi formativi

Teoria della letteratura

Le varie facce dello scandalo: dal giornalismo alla narrativa, dal teatro al cinema.

Lo scandalo è da sempre una componente fondamentale della vita associata e da sempre si presenta in forme molteplici: scandali privati, scandali politici e finanziari, scandali di paese, scandali internazionali. È continuamente al centro delle diverse tecniche di comunicazione, dal giornalismo alla pubblicità; alla letteratura, e spesso in maniera ambivalente: la stampa periodica scopre e rivela gli scandali obbedendo a un serio impegno di denuncia, ma può anche gonfiarli o inventarli per attirare i lettori; la letteratura e il cinema si occupano di scandali per mostrare le magagne della società; ma sanno anche esplorarne i lati ambigui e contraddittori (che sfuggono al giudizio della collettività; e della legge), e inoltre, per l'intensità; e l'anticonformismo con cui li perlustrano, possono divenire fonte di scandalo a loro volta.

Il corso partirà da una ricognizione di alcuni celebri scandali passati e presenti, e delle loro ripercussioni e amplificazioni giornalistiche; prenderà quindi in considerazione alcuni testi che trattano il tema in chiave drammatica o umoristica e ne mettono a fuoco aspetti difformi (la paura dello scandalo; lo scarto fra gli scandali montati e quelli autentici; lo scandalo come molla di rinnovamento, come detonatore di metamorfosi generali e soggettive). Saranno esaminati in particolare due romanzi (Bel-Ami e L'esclusa), due commedie (La trilogia della villeggiatura e Il ventaglio di Lady Windermere), due racconti (Il processo di Frine e Il primo e l'ultimo) e un brevissimo non fiction novel (Il teatro della memoria); e si analizzeranno infine alcuni dei tanti film che hanno dato al tema nuovo slancio.

Modalità d'esame

I non frequentanti sono vivamente pregati di contattare la docente al principio del semestre.

Orario di ricevimento:

Martedì, 10-13, Viale delle Scienze, VI piano.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Testi letterari

C. Goldoni, Trilogia della villeggiatura (1761), Marsilio, Venezia 2005.

E. Scarfoglio, Il processo di Frine (1883), Sellerio, Palermo 1995.

G. de Maupassant, Bel-Ami (1885), Garzanti, Milano 2003.

O. Wilde, Il ventaglio di Lady Windermere (1892), Garzanti, Milano 2007.

L. Pirandello, L'esclusa (1901), Einaudi, Torino 1995.

J. Galsworthy, Il primo e l'ultimo (1918), Sellerio, Palermo 1995.

L. Sciascia, Il teatro della memoria (1981), Einaudi, Torino 1981.

Film

G. Cukor, Scandalo a Philadelphia, Usa, 1940.

G. Stevens, Un posto al sole, Usa, 1951.

A. Blasetti, Altri tempi, Italia, 1953.

Bibliografia critica

F. Brioschi-C. Di Girolamo-M. Fusillo, Introduzione alla letteratura, Carocci, Roma 2003 (capp. 1, L'istituzione letteraria, 4, Modi della narrativa, 5, L'universo tematico, 6, Arte e letteratura).

Ulteriori indicazioni verranno fornite durante il corso.

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica + Sociologia dei processi culturali

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	07477
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Teoria e tecniche della comunicazione pubblica + Sociologia dei processi culturali:</i> Gabriella Polizzi (Ricercatore) <i>Teoria e tecniche della comunicazione pubblica + Sociologia dei processi culturali:</i> Gianna Cappello (Ricercatore)
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	
Frequenza:	
Metodi di valutazione:	Teoria e tecniche della comunicazione pubblica + Sociologia dei processi culturali: Teoria e tecniche della comunicazione pubblica + Sociologia dei processi culturali: Gabriella Polizzi: Dall'A.A. 2011-2012 la docente è in servizio presso l'Università degli Studi di Enna "Kore", dove riceve il lunedì dalle ore 17.30 alle 18.30 nel suo studio presso il Plesso di Psicologia e Scienze della Formazione, piano terra. - email: gabriella.polizzi@unikore.it - telefono: Gianna Cappello: Il ricevimento del 26 marzo è annullato. Riprenderà martedì 9 aprile e proseguirà tutti i martedì dalle 15 alle 17. Per comunicazione urgenti si può inviare mail alla docente: gianna.cappello@unipa.it - email: gianna.cappello@unipa.it - telefono: 3382196878
Ricevimento:	

Obiettivi formativi

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica + Sociologia dei processi culturali



Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Obiettivi formativi

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica + Sociologia dei processi culturali

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

Teorie e tecniche della promozione d'immagine

Tecnica pubblicitaria

Anno accademico:	2007/2008
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	07482
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Teorie e tecniche della promozione d'immagine:</i> Gianni Costanza (Professore a contratto)
Settore scientifico disciplinare:	SPS/08
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali in aula Seminari: <ul style="list-style-type: none">· Gianni Costanza "Tecniche di stampa"· Gianni Costanza "Il Brief d'Agenzia"· Rossana Damiani "Le relazioni pubbliche"· Mauro Messina "Struttura di un'agenzia di pubblicità" e "Una nuova filosofia di comunicazione: i lovemarks (Saatchi & Saatchi)" Esercitazioni di gruppo e individuali in aula Simulazioni di campagne pubblicitarie in aula, suddivisione dei discenti in gruppi di lavoro Visite/lezioni presso agenzie di pubblicità Visite/lezioni presso concessionarie di pubblicità Visite/lezioni presso tipolitografie
Metodi di valutazione:	Teorie e tecniche della promozione d'immagine: esame orale, sviluppo di casi di studio, discussione guidata in gruppo
Ricevimento:	Gianni Costanza: Tutti i sabato mattina, presso RC&C via A. De Gasperi, 189, esclusivamente previo appuntamento. Telefonare, tutti i giorni escluso il lunedì, dalle ore 7,30 alle 9,00 a.m - email: giannicostanza@rccomunicazione.191.it - telefono: 0916703999

Obiettivi formativi

Teorie e tecniche della promozione d'immagine

Anno accademico 2007o2008:

- Definizione della pubblicità (propaganda, réclame, advertising, comunicazione)

integrata/globale)

- La pubblicità nell'economia e nella società
- Le funzioni della pubblicità: cliente, prodotto/servizio, mercato, target
- Gli effetti commerciali della pubblicità e le strategie pubblicitarie
- Informare e comunicare, convincere e persuadere: consuadere
- Il marketing e la promozione dell'immagine aziendale
- La comunicazione tra impresa e mercato
- L'orientamento al cliente, la conoscenza del cliente, il brief, il posizionamento e la concorrenza
- Le ricerche di mercato. Le variabili: sociodemografica, psicografica e gli stili di vita
- Le leve del marketing mix
- L'area piccola (above the line) e l'area grande (below the line): l'advertising, la promozione, il telemarketing, le sponsorizzazioni, le relazioni pubbliche, gli eventi, l'ufficio stampa
- Il mix promozionale (pubblicità, promozione, propaganda, forza vendita)
L'organizzazione d'agenzia: i settori fondamentali (account, creative, mktg, media, traffic)
- La strategia di comunicazione (marketing e pubblicità)
- La strategia media
- La strategia creativa
- La creazione del messaggio
- Il target: come raggiungere e convincere il target group
- La pubblicità e i media:
 - la stampa quotidiana
 - la stampa periodica
 - la televisione
 - la radio
 - il cinema
 - l'esterna statica e dinamica
 - il telefono
 - internet e nuove tecnologie
- La pianificazione pubblicitaria: stanziamento, obiettivi
- La verifica delle campagne pubblicitarie: i pre-test e i post-test
- Le ricerche media
- Le rilevazioni dell'audience: AUDIRADIO, AUDITEL, AUDIPRESS (ISEGI-ISPIPRESS), ICSA e IMPACT AFFISSIONI...
- Le tecniche di stampa

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

Testi consigliati:

- M. Lombardi "Manuale di tecniche pubblicitarie"
Edizioni Franco Angeli costo EUR 31,00
- G. Fabris "La pubblicità, teorie e prassi" (il Fabris solo per coloro che hanno già studiato il Lombardi con la prof. Longo prof.Longo)
Edizioni Franco Angeli costo EUR 35,00
- C.R. HAAS "Manuale della Pubblicità"
Edizioni Tecniche Nuove costo EUR 26,39

pagg. 45 - 131 studiare

pagg. 199 - 217 leggere

- F. Brigida, L. Francia, P.B. Di Vesme "La pubblicità in Italia"
Edizioni Franco Angeli costo EUR 19,11
- David A. Aaker "Brand Equity"
Edizioni Franco Angeli costo EUR 30,00

Dispense:

- Gianni Costanza "Tecniche di stampa"
- Gianni Costanza "Il Brief d'Agenzia"
- Rossana Damiani "Le relazioni pubbliche"
- Manuela Renna "CSR", "CSR", "Le sponsorizzazioni sociali"
- Massimiliano Serrago, Laura Serretta "Le sponsorizzazioni"
- Massimiliano Serrago "Le sponsorizzazioni sportive"
- Laura Serretta "Le sponsorizzazioni culturali"
- Simona Palmeri "La comunicazione integrata"

N.B. Tutte le dispense possono essere scaricate gratuitamente dal sito internet
www.rcec.net/giannicostanza



Facoltà di
Scienze della Formazione
Università degli Studi di Palermo