



# Pubblicità

## A2

Sommario dei contenuti:	Gli studenti leggono una pubblicità e identificano le caratteristiche.	Abilità sviluppate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lettura</li> <li>• Vocabolario</li> <li>• Ascolto</li> <li>• Parlare</li> <li>• Scrittura</li> <li>• Grammatica</li> <li>• Conoscenza culturale</li> </ul>
Attività:	Lo scopo è quello di far abituare gli studenti con il linguaggio visivo e verbale delle pubblicità stampate.	Materiali:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foglio di raccolta di idee</li> <li>• Una pubblicità stampata.</li> <li>• Una griglia da completare con situazioni retoriche basiche/componenti delle pubblicità.</li> <li>• Una tavola per classificare i componenti lessicali</li> <li>• Varie pubblicità con i tempi dei verbi in grassetto/neretto</li> <li>• Un cruciverba lessicale</li> <li>• Lavagna luminosa</li> </ul>
Caratteristiche:	Pubblicità stampata (cartacea)	Risultato di apprendimento:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificare l'imperativo</li> </ul>

### Introduzione

Inizia la lezione con la distribuzione il foglio di raccolta delle idee e chiedete agli studenti di scrivere parole chiave riguardo l'ambito e l'importanza della pubblicità (riscaldamento). In questo modo l'insegnante avrà una visione generale della conoscenza preventiva sull'argomento degli studenti (tipi di prodotti e servizi solitamente trovati & promossi nelle pubblicità, pubblicità che di solito leggono, etc.). Incoraggia gli studenti a condividere le loro pubblicità cartacee con la classe.

### Esercizi

1. Quando gli studenti hanno familiarizzato con l'argomento analizzato in classe, l'insegnante progetta una pubblicità stampata e la legge lentamente a voce alta. Gli studenti prendono nota riguardo i componenti basilici (struttura, colore, parole principali ed espressioni usate, etc.). Dopo questa descrizione generale, il professore domanda loro di concentrarsi su di essa e di completare una griglia analizzando le situazioni retoriche della pubblicità:



# Pubblicità

- Mittente (Autore/ Compagnia)
  - Pubblico (Chi)
  - Contesto (Dove & Quando)
  - Scopo (Perché)
  - Struttura e composizione (Colore, Forma, Oggetti, Tipografia)
  - E le Principali Connotazioni culturali.
2. Poi, gli studenti inseriscono nella tavola le parole delle pubblicità da classificare (parole scelte: verbi, aggettivi, sostantivi ed espressioni).
  3. La grammatica dovrà essere insegnata indirettamente, l'insegnante mostrerà diverse pubblicità e farà domande sui tempi dei verbi, anche se la maggior parte delle pubblicità usa l'imperativo. Lei spiegherà il perché ed essi dovranno far pratica in classe.
  4. Considerando il linguaggio figurativo usato nelle pubblicità, i sinonimi delle parole e le espressioni più figurative/metaforiche andranno collocate in un cruciverba.
  5. Alla fine, per ricapitolare, gli studenti a coppia dovranno descrivere oralmente la pubblicità (pubblico/ contesto e scopi) e, dopo, dare delle informazioni dettagliate su di essa (usando la griglia).



# Pubblicità



## B1

Sommario dei contenuti:	Gli studenti leggono e comparano due pubblicità.	Abilità sviluppate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leggere</li> <li>• Vocabolario</li> <li>• Ascolto</li> <li>• Grammatica</li> <li>• Parlare</li> </ul>
Attività:	Lo scopo è quello di far abituare gli studenti con il linguaggio visivo e verbale delle pubblicità stampate	Materiali:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foglio di raccolta di idee</li> <li>• Due pubblicità stampate (entrambi con lo stesso argomento: da casa e dal paese ospitante)</li> <li>• Una griglia doppia da completare con le informazioni dalle pubblicità.</li> </ul>
Caratteristiche:	Pubblicità stampate	Risultato di apprendimento:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificare le strutture passive</li> <li>• Identificare il linguaggio persuasivo</li> </ul>

### Introduzione

Inizia la lezione con la distribuzione il foglio di raccolta delle idee e chiedete agli studenti di scrivere delle parole chiave riguardo il ruolo della pubblicità di accrescere la conoscenza culturale e l'importanza della combinazione immagine/testo, le tecniche per decodificare le pubblicità, etc. Incoraggia gli studenti a condividere i loro punti di vista all'intera classe (riscaldamento).

### Esercizi

1. Dopo questa breve introduzione sull'argomento, l'insegnante progetterà e distribuirà due pubblicità stampate. In seguito, la leggerà loro una volta ad alta voce e, dopo, chiederà ad alcuni studenti di leggere la pubblicità ad alta voce.
2. Gli studenti completeranno la griglia doppia analizzando e comparando le situazioni retoriche usate nelle due pubblicità, contenenti gli stessi tipi di informazioni (paese d'origine e paese ospitante):



# Pubblicità

- a. Mittente (Autore/ Compagnia)
  - b. Pubblico (Chi)
  - c. Contesto (Dove & Quando)
  - d. Scopo (Perché)
  - e. Sistemazione (Posizione & scala)
  - f. Attrattiva (ciò che attrae): (Fama, Notorietà, Poter, Tempo Libero, Vendita, Sesso, etc.)
  - g. Tecniche di persuasione
  - h. E Caratteristiche e Differenze Culturali da affrontare con lo stesso argomento.
3. La grammatica verrà dovrà essere insegnata attraverso le pubblicità, l'insegnante mostrerà diverse pubblicità contenenti delle strutture passive. Lei spiegherà perché le strutture passive vengono usate nelle pubblicità e loro dovranno fare pratica in classe.
  4. Esercizi extra per casa.
  5. Dopo l'insegnante presenta l'attività di ascolto. Ascolta la descrizione della pubblicità e prova a indovinare il prodotto che viene pubblicizzato e le principali tecniche persuasive usate.
  6. Adesso, concentrandosi sul linguaggio e sul vocabolario, gli studenti inseriscono nella tavola il linguaggio usato da classificare (parole scelte ed espressioni usate). Le principali figure e deviazioni retoriche (metafore, confronto, allitterazione, iperbole, icone e simboli etc.) verranno studiati, spiegati e fatti degli esempi.
  7. Attività di scrittura extra: Spiegando com'è la tonalità (prospettiva dell'autore/della compagnia nella distribuzione) e le principali caratteristiche degli stereotipi sono presentate in entrambe le pubblicità (differenze e conoscenze culturali).
  8. Attività extra per parlare: Gli studenti dovranno provare a convincere il pubblico, a proposito del prodotto promosso nella pubblicità o del miglior servizio che loro creano, e il contesto (usando il vocabolario e le tecniche retoriche usate – combinazione di immagine/testo, attrattiva, persuasione, etc. -).



# Pubblicità

## B2

Sommario dei contenuti:	Gli studenti leggono e comparano due pubblicità.	Abilità sviluppate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lettura.</li> <li>• Vocabolario.</li> <li>• Ascolto.</li> <li>• Parlare.</li> <li>• Scrittura.</li> <li>• Grammatica.</li> <li>• Conoscenza culturale.</li> </ul>
Attività:	Lo scopo è quello di far abituare gli studenti con il linguaggio visivo e verbale delle pubblicità stampate.	Materiali:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesso al computer e ad internet</li> <li>• Due pubblicità stampate.</li> <li>• Lista delle tecniche pubblicitarie</li> <li>• Una griglia da completare con le informazioni della pubblicità.</li> <li>• Forma di valutazione</li> </ul>
Caratteristiche:	Pubblicità stampate	Risultato di apprendimento:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificare il condizionale</li> <li>• Identificare gli stereotipi</li> </ul>

### Introduzione

Inizia la lezione dal motore di ricerca in internet diverse pubblicità, sia dal paese d'origine sia sul paese ospitante, sullo stesso argomento (riscaldamento).

### Esercizi

1. Gli studenti che completano gli esercizi precedenti possono lavorare con il proprio annuncio pubblicitario, se non verranno forniti una serie di pubblicità sia sul paese d'origine sia sul paese ospitante sullo stesso argomento. Gli studenti dovranno descrivere il prodotto e il servizio pubblicizzato riferendosi alle principali tecniche di persuasione usate (verrà fornita una lista delle principali tecniche pubblicitarie) e indovinando quali dei paesi ai quali appartengono.
2. Dopo questo, gli studenti completeranno un questionario, rispondendo alle domande riguardo le due pubblicità dello stesso argomento:
  - a. Situazione retorica, pubblico, contesto e scopo)
  - b. Caratteristiche e deviazioni visive



# Pubblicità

- c. Caratteristiche e deviazioni verbali/testuali
  - d. Stereotipi
  - e. Tono/tonalità
  - f. Attrattiva
3. Dopo l'insegnante concentra l'attenzione degli studenti in alcune frasi condizionali usate come consigli. Riveda i loro usi e le loro strutture e spieghi le frasi condizionali per dare consigli, i quali sono davvero utili in questo contesto.
4. Attività extra per parlare: Gli studenti spiegheranno come testi e immagini vengono combinati per persuadere la clientela a comprare i prodotti e i servizi.
5. Prima di passare alla seguente attività, gli studenti dovranno sostenere tenere a mente che le combinazioni di nomi sono, inoltre, veramente utili quando si vuole scrivere uno slogan attrattivo, o una frase. L'insegnante riassume up questo punto, che funge da ponte all'attività seguente:
- a. Attività di scrittura extra: Creazione di una pubblicità per promuovere un prodotto/servizio seguito da intere attività di classe e attività di gruppo. Uno studente presenta il proprio annuncio pubblicitario mentre gli altri fanno da esaminatori (una forma di valutazione sarà fornita agli studenti con questo ruolo. La forma di valutazione avrà una serie di domande con un voto. Esempio:
    - i. Il prodotto è riconoscibile? 1-2-3-4-5
    - ii. Ci sono oggetti ben definiti? 1-2-3-4-5
    - iii. Il messaggio è trasmesso chiaramente? 1-2-3-4-5
    - iv. Il linguaggio è appropriato al contesto? 1-2-3-4-5
    - v. E' creativo? 1-2-3-4-5)
6. Alla fine della lezione, essi dovranno scegliere qual è il migliore annuncio, il quale servirà da modello per l'intera classe.