

Principali informazioni sull'insegnamento	
Dipartimento	Lettere Lingue Arti. Italianistica e Culture comparate – Università degli Studi di Bari Aldo Moro
Anno accademico	2021-2022
Titolo insegnamento	Lingua e Traduzione - Lingua Tedesca 3
Corso di studio	L-12 Lingue e Culture per il Turismo e la Mediazione internazionale
Crediti formativi	12
Denominazione inglese	Language and Translation – German Language 3
Obbligo di frequenza	Per gli obblighi di frequenza di rinvia all'art. 4 del Regolamento didattico, disponibile sul sito del Corso di studio.
Lingua di erogazione	Italiano e Tedesco

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo e-mail
	Ulrike Simon	ulrikerosemarie.simon@uniba.it

Dettaglio crediti formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
		L-LIN/14	12

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Insegnamento annuale
Anno di corso	III
Modalità di erogazione	Didattica frontale, seminari, esercitazioni

Organizzazione della didattica	
Ore totali	300
Ore di corso	60
Ore di studio individuale/lettorato	240

Calendario	
Inizio attività didattiche	27/09/2021
Fine attività didattiche	27/05/2022

Syllabus	
Prerequisiti	È necessario che lo studente abbia acquisito un livello di competenze corrispondente a quello previsto dall'esame precedente nel piano delle propedeuticità.
Risultati di apprendimento attesi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza e capacità di comprensione</i> Conoscenze degli aspetti fondamentali strutturali, semantici e pragmatici dei fraseologismi; conoscenze dei fondamenti della linguistica testuale; della formazione e delle caratteristiche dei linguaggi settoriali; delle

	<p>caratteristiche di generi testuali, del loro uso in ambiti specifici.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</i> Saper analizzare fenomeni contrastivi nell'ambito della fraseologia; saper produrre diversi tipi di testo per uso professionale e scientifico; saper tradurre testi di difficoltà elevata. Conoscenze intermedie/avanzate della struttura, del lessico e dell'uso adeguato di espressioni in contesti specifici. • <i>Autonomia di giudizio</i> Capacità di autovalutazione delle conoscenze acquisite; studio critico delle materie in questione; saper valutare la qualità di testi di vario genere; competenza interculturale (saper valutare e mettere a confronto valori diversi dei propri). • <i>Abilità comunicative</i> Saper interagire al livello B2/C1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, in forma scritta e orale, in situazioni comunicative di carattere interculturale; saper utilizzare il tedesco in ambito professionale. • <i>Capacità di apprendere</i> Capacità di ampliamento autonomo degli argomenti oggetto di studio; capacità di riflettere in modo approfondito sulla lingua tedesca; capacità di focalizzare interessi personali; saper condurre ricerche autonome di testi e materiali per la stesura della tesi.
Contenuti di insegnamento	<p>Parte teorica: La fraseologia: forma, funzione, classificazione, uso. Caratteristiche di generi testuali: introduzione al linguaggio pubblicitario; modelli di analisi e di produzione di testi. Parte applicativa: approfondimento grammaticale, lessicale e pragmatico al livello B2/C1 del Q.C.E.R.L., tra cui costruzioni e frasi participiali, verbi transitivi e intransitivi, espressioni idiomatiche e modi di dire.</p>

Programma	<p>La fraseologia tedesca e il linguaggio pubblicitario</p> <p>La prima parte del corso si concentra sulla fraseologia come campo scientifico della linguistica tedesca. Partendo dalle caratteristiche strutturali, semantiche e pragmatiche e dai diversi modelli di classificazione, saranno messi a confronto culture-bound idiomes, ovvero frasemi ritenuti caratterizzanti una determinata cultura e</p>
------------------	--

	<p>lingua, con widespread idioms, ovvero frasemi di ampia diffusione. La seconda parte del corso introdurrà al linguaggio pubblicitario per prendere poi in esame l'utilizzo dei frasemi in varie forme pubblicitarie. Il corso si conclude con un lavoro di gruppo in cui gli studenti analizzeranno del materiale pubblicitario, applicando le conoscenze acquisite.</p>
<p>Testi di riferimento</p>	<p>Balsliemke, Petra. 2001. "Da sieht die Welt noch anders aus." <i>Phraseologismen in der Anzeigenwerbung: Modifikation und Funktion in Text-Bild- Beziehungen</i>. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, pp. 14-78.</p> <p>Burger, Harald (2015⁵). <i>Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen</i>. Berlin: Erich Schmidt, pp. 11-97 e pp. 158-171.</p> <p>Donalies, Elke (2009). <i>Basiswissen Deutsch Phraseologie</i>. Tübingen: Narr Francke Attempto.</p> <p>Dobrovolski, Dimitrij & Piirainen, Elisabeth (2009). <i>Zur Theorie der Phraseologie. Kognitive und kulturelle Aspekte</i>. Tübingen: Stauffenburg, pp. 143-181.</p> <p>Hallsteinsdóttir, Erla, Šajánková, Monica & Quasthoff, Uwe (2006). <i>Optimum für Deutsch als Fremdsprache. Ein Vorschlag auf der Basis von Frequenz- und Geläufigkeitsuntersuchungen</i>. <i>Linguistik online</i>, 27, 2/06, pp. 133-136. Disponibile su: https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/746/1272</p> <p>Janich, Nina. 2005. "Wenn Werbung Sprüche klopft. Phraseologismen in Werbeanzeigen." In: <i>Der Deutschunterricht</i>, 5/2005: pp. 44-53.</p> <p>Janich, Nina (2005⁴). <i>Werbesprache. Ein Arbeitsbuch</i>. Tübingen: Narr Francke Attempto, pp. 18-70.</p> <p>Piirainen, Elisabeth (2011). <i>Weit verbreitete Idiome und das „Lexikon der gemeinsamen bildlichen Ausdrücke“: Gewinn für den Fremdsprachenunterricht?</i> In: <i>Deutsch als Fremdsprache</i> 3/48, pp. 157-165.</p> <p>Piirainen, Elisabeth (2015). <i>Zur europaweiten Verbreitung figurativer Lexikoneinheiten: Ursachen und Hintergründe</i>. In Zelić, T./Sambunjak, Z./Pavić Pintarić, A. (a cura di): <i>Europa? Zur Kulturgeschichte einer Idee</i> (pp. 361-383). Würzburg: Königshausen & Neumann.</p>
<p>Note ai testi di riferimento</p>	<p>Il materiale bibliografico sarà messo a disposizione degli</p>

	studenti all'inizio dell'anno accademico.
Metodi didattici	Didattica frontale, blended learning con piattaforma e-learning, esercitazioni anche con supporti multimediali, workshops, seminari con docenti stranieri.
Metodi di valutazione	Da Regolamento didattico tranne le prove scritte parziali, tutti i nostri esami sono orali.
Criteri di valutazione	Prova parziale (scritto): al livello B2/C1: saper tradurre testi di livello elevato; saper produrre un testo scritto ampio e articolato in modo coerente e strutturato. Esame orale: Saper interagire in lingua tedesca al livello B2/C1; dimostrare profonda conoscenza degli argomenti trattati e capacità di riflessione critica.
Altro	Indirizzo e-mail del docente: ulrikerosemarie.simon@uniba.it. Tutte le informazioni relative alla didattica sono disponibili e sottoposte a continuo aggiornamento alla pagina web: http://www.uniba.it/docenti/simon-ulrike-rosemarie