



Lunedì 24 Febbraio 2014

[» DPG](#) [» DPSS](#) [» DPA](#) [» BIBLIOTECA](#) [» SICI](#) [» LIRIPAC](#) [» TUTORATO](#) [» SAP](#) [» TIROCINI](#)

Area riservata ai docenti

Utente Password

[» Entra](#)
[» Problemi di password](#)

» Psicologia

> Offerta formativa 2012/13

[» Lauree triennali N.O. DM 17/2010](#)

[» Lauree magistrali N.O. DM 17/2010](#)

[» Lauree triennali DM 270/04](#)

> Offerta formativa 2011/12

> Offerta formativa 2010/11

> Offerta formativa 2009/10

> Offerta formativa 2008/09

» Organizzazione e strutture

» Studiare a psicologia

» Personale

» Comunicazioni

» Documenti online

» Link utili

> Specializzazione

» Bandi

Home / Offerta formativa / Comunicazione e persuasione

COMUNICAZIONE E PERSUASIONE

M-PSI/05, 3 anno, 8 crediti

Corsi di laurea / indirizzi:

> Lauree triennali DM 270/04 / [Scienze psicologiche sociali e del lavoro \(L-3\)](#)

Prof. Suitner Caterina

[Sede e calendario lezioni](#)

Lingua d'insegnamento

Italiano

Obiettivi formativi

Obiettivo del corso illustrare i processi psicologici della comunicazione interpersonale, con particolare attenzione agli aspetti sociali e applicativi della comunicazione persuasiva in ambito pubblicitario. Si intendono cos fornire le basi teoriche e metodologiche utili a comprendere il ruolo dei processi di comunicazione nella formazione di opinioni e nella presa di decisione.

Prerequisiti

utile una conoscenza di base di psicologia sociale, psicologia generale e metodologia di ricerca.

Contenuto dell'attività formativa

Il corso si articoler in quattro parti. Nella prima parte si introdurranno le principali teorie psicologiche della comunicazione e i processi cognitivi alla base degli scambi comunicativi sia a livello interpersonale sia inter-gruppo. Nella seconda parte si approfondiranno limportanza del contesto socio-culturale in cui avviene la comunicazione e la sua influenza sui processi illustrati nella prima parte. La terza parte si analizzeranno le dinamiche della persuasione. Nella quarta parte le applicazioni pratiche dei concetti spiegati in precedenza saranno considerate in relazione ai campi della comunicazione interpersonale, di massa (in particolare pubblicit e propaganda politica e ruolo dei mass media nelleducazione infantile) e della comunicazione nei gruppi sociali/di lavoro.

Testi di riferimento

Rumati, R. & Lotto, L. (2007). Introduzione alla psicologia della comunicazione. Bologna: il Mulino.

Cavazza, N. (2009) Comunicazione e persuasione. Bologna: il Mulino.

Arcuri, L. (2008) Crescere con la TV e Internet. Il Mulino, Bologna.

Metodi di insegnamento

Lezioni frontali e discussione di contributi di ricerca e ambiti applicativi.

Tutti gli studenti sosterranno una prova di accertamento in forma scritta. Per gli studenti frequentanti prevista una prova parziale a met corso e una finale a conclusione del corso.

Modalità di valutazione

Tipo esame: Scritto

Esame scritto: Domande aperte e a risposta multipla

Note

COMUNICAZIONI AGLI STUDENTI (a cura del docente)

Nessuna comunicazione disponibile.

