# Comunicazione e persuasione

Prof. Augusta isabella alberici

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone di mettere in luce i meccanismi psicologici sottesi al processo comunicativo indirizzando particolare attenzione alle dinamiche della persuasione e dell’influenza sociale. Viene approfondita l’analisi delle modalità attraverso le quali la comunicazione influenza, sia a livello individuale che di gruppo, le percezioni, gli atteggiamenti, le decisioni e i comportamenti degli individui.

*Conoscenza e comprensione*

Al termine del corso lo studente avrà preso conoscenza degli strumenti teorici, concettuali e metodologici utili ad analizzare i processi mediante i quali la comunicazione influenza i giudizi e la condotta umana.

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

Al termine del corso lo studente mostrerà padronanza delle basi conoscitive e delle metodologie utili a pianificare analisi e/o interventi di tipo psico-sociale riguardanti il processo comunicativo nei suoi diversi ambiti.

Avrà sviluppato sensibilità e abilità necessarie per calibrare il proprio comportamento comunicativo in funzione degli obiettivi di volta in volta perseguiti.

*Autonomia di giudizio*

Al termine del corso lo studente avrà acquisito un atteggiamento critico nei confronti delle dinamiche comunicative che caratterizzano la realtà attuale.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

1. Le componenti e le funzioni della comunicazione.
2. La comunicazione non verbale.
3. La comunicazione persuasiva (fonte, messaggio e destinatario).
4. La comunicazione nei gruppi: conformismo e influenza sociale.
5. La comunicazione online e massmediale.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Studenti COMES

- L. Lotto-R. Rumiati, *Introduzione alla psicologia della comunicazione,* Il Mulino, Bologna, 2013 (seconda ed.). [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/introduzione-alla-psicologia-della-comunicazione-9788815245854-186680.html)

- N. Cavazza, *La persuasione,* Il Mulino, Bologna, 2006 (terza ed.). [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/nicoletta-cavazza/la-persuasione-9788815274649-258653.html)

Studenti Sociologia (ex Scienze sociali e organizzative) che inseriscono l’esame tra quelli a scelta

Aggiungono ai due testi sopra indicati:

- I. POGGI-F.D’ERRICO, *Comunicazione multimodale e influenza sociale. Il corpo e il potere,* Carrocci, 2020. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/isabella-poggi-francesca-derrico/comunicazione-multimodale-e-influenza-sociale-il-corpo-e-il-potere-9788829001583-688986.html)

Studenti di altretriennali/magistrali che inseriscono l’esame tra quelli a scelta

Aggiungono ai due testi sopra indicati un testo a scelta tra i seguenti:

- Chiurumbolo-C. Di Lorenzi*, La persuasione pubblicitaria,* Carrocci, 2012. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/antonio-chirumbolo-claudia-di-lorenzi/la-persuasione-pubblicitaria-9788843065233-216308.html)

- M. Bonaiuto-F. Maricchiolo*, La comunicazione non verbale,*Carrocci, 2016. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/marino-bonaiuto-fridanna-maricchiolo/la-comunicazione-non-verbale-9788843052042-209671.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni in aula, discussione di ricerche empiriche, presentazione di esemplificazioni degli argomenti trattati attraverso supporti visivi, testimonianze di esperti, utilizzo di supporti *online* su piattaforma Blackboard.

Esercitazioni sulle tematiche affrontate nel corso.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Esame scritto.

La valutazione della preparazione dello studente si baserà sulla comprensione degli argomenti svolti, sull'acquisizione dei concetti, delle metodologie e del linguaggio specifico della disciplina, e sulla capacità di applicarli in modo autonomo e consapevole.

Per gli studenti che hanno potuto frequentare con regolarità le lezioni, la prova scritta verterà sugli appunti delle lezioni e sul materiale didattico online. Durante le lezioni, verranno inoltre indicati i capitoli dei testi da prepararea integrazione degli appunti.La prova conterrà sia domande chiuse che aperte strettamente attinenti alle tematiche affrontate in classe. Le domande aperte saranno di tre tipi: a. domande brevi dove verranno richieste sintetiche definizioni dei costrutti; b. domande lunghe dove verrà richiesto di descrivere modelli teorici e/o costrutti rilevanti facendo riferimento a eventuli esemplificazioni presentate durante le lezioni c. una domanda attraverso la quale lo studente avrà l'opportunità di analizzare in modo critico una o più tematiche affrontate durante il corso. Il punteggio ottenuto grazie alle risposte fornite alle domande d’esame potrà essere incrementato in funzione della partecipazione con profitto a eventuali progetti di ricerca e/o esercitazioni svolte durante le lezioni.

Per gli studenti che non hanno avuto la possibilità di frequentare le lezioni con regolarità la prova scritta sarà strutturata in modo del tutto simile a quella per frequentanti e verterà sulla preparazione dei testi riportati in bibliografi.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Trattandosi di un corso avanzato, è preferibile che gli studenti che intendono frequentare il corso abbiano già sostenuto un esame di base di Psicologia Sociale

All’indirizzo *http://blackboard.unicatt.it* gli studenti iscritti possono trovare supporti online al corso: materiale didattico, informazioni e avvisi, argomenti di tesi.

Per informazioni circa il corso gli studenti possono anche consultare l’aula virtuale del docente sul sito *www.unicatt.it*, oppure rivolgersi alla Dott.ssa Daniela Canoro (*daniela.canoro@unicatt.it*).

Nel caso in cui la situazione sanitaria relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire la didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione a distanza dell’insegnamento e degli esami di profitto, con modalità che verranno comunicate in tempo utile agli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il Prof. Augusta Isabella Alberici riceve gli studenti su appuntamento presso il Dipartimento di Psicologia (Dominicanum, terzo piano). E’ possibile in alternativa fissare i ricevimenti via Teams.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)